

# Geschäftsbericht

## PMSG REPORT 2023



*„Große Entwicklungen in Unternehmen kommen nie von einer Person. Sie sind das Produkt eines Teams.“*

STEVE JOBS

© PMSG Maike Wiegmann

# Inhaltsverzeichnis

|  |    |
|--|----|
| Vorwort .....  | 3  |
| Potsdam Marketing und Service GmbH – ein Kurzprofil .....  | 4  |
| PMSG intern – Zahlen, Daten, Fakten & Neues .....          | 6  |
| Statistisches aus Potsdam und den Bereichen der PMSG ..... | 8  |
| Marketingplan-Maßnahmenbericht 2023 .....                  | 25 |
| Betriebswirtschaftliche Betrachtung .....                  | 31 |
| Fazit und Ausblick .....                                   | 32 |
| Impressum.....   | 33 |

# Vorwort

Der vorliegende Geschäftsbericht blickt auf das Jahr 2023 zurück. Ein Jahr der Rückkehr zur „Normalität“. Ein Jahr in dem der Brandenburger und vor allem der Potsdamer Tourismus wieder das Vor-Corona-Niveau von 2019 erreicht hat. Es war auch genau jene Pandemie, die uns als Unternehmen zum Umschwung bewegt hat: 2020 starteten wir in einen komplexen Umstrukturierungsprozess hin zur Entwicklung der sogenannten PMSG 2.0. Mit Beendigung des Geschäftsjahres 2023 und unserer jährlich im Januar stattfindenden Zukunftswerkstatt, bei der wir die gesamte Belegschaft von aktuell 40 Mitarbeitenden versammeln, haben wir diesen Prozess beendet. Wir können stolz verkünden, dass die PMSG 2.0 nun zur realen, agilen PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH geworden ist. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich auch im Organigramm wider, das eine Matrix mit flachen Hierarchien darstellt. An dieser Stelle danken wir allen Kolleginnen und Kollegen, die mit viel Fleiß und auch Schweiß an dieser neuen Realität mitgewirkt und das Unternehmen damit zukunftssicher aufgestellt haben.

Unsere zwei neuen Projektteams haben 2023 bereits ihre Tätigkeiten aufgenommen: Es wurde die auf drei Jahre angelegte Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ im zweiten

Jahr unter der Überschrift „Wolle, Wein, Visionen“ hinsichtlich handwerklicher Kunst fortgesetzt.

Das zweite Projektteam hat begonnen sich dem Thema Nachhaltigkeit zu widmen. Damit legten wir 2023 nicht nur den Start zur Zertifizierung der PMSG, sondern auch für die Zertifizierung zur nachhaltigen Tourismusdestination. Gemeinsam mit dem Unternehmen Tour-Cert haben Sie sicherlich schon von den Beteiligungsmöglichkeiten Ihres Betriebes an der Zertifizierung erfahren. Nachhaltigkeit ist eine Gemeinschaftsaufgabe und wir freuen uns sehr über jedes Unternehmen, das den sogenannten „Letter of Commitment“ unterzeichnet hat und unterzeichnen wird.

Mitte 2023 gründeten wir den Tourismusbeirat der PMSG, der auch gleichzeitig den Nachhaltigkeitsbeirat bildet. Insgesamt 22 Unternehmen aus dem Potsdamer, Brandenburger und auch Berliner Tourismus haben die Einladung zur Beteiligung am Beirat dankend angenommen. Gemeinsam mit den Sprechern des Beirates, Sebastian Leifgen (ProPotsdam Naturerlebnis GmbH) und Reiko Käske (Lindenpark Potsdam) konnten wir zwei Sitzungen durchführen. Ziel des Tourismusbeirates ist es, die PMSG in Fragen des Marketings und der Tourismusentwicklung zu beraten und zu begleiten.

Es gab viele weitere Highlights im Jahr 2023 wie die Erstellung eines Marktforschungskonzeptes, die Diskussion zur Verbesserung der Wahrnehmbarkeit und Akzeptanz der Tourist Information in der mobiaagentur Potsdam etc.

Um die Auswahl der Höhepunkte in diesem Geschäftsbericht weiter zu vervollständigen, sei uns eine letzte Erwähnung erlaubt: Der sechste Potsdamer Tourismustag. Dieser fand in der Villa Arnim im Format eines Barcamp statt. Erstmals lief die Veranstaltung über zwei Tage. Über 100 Teilnehmende hatten 1.440 Minuten Session-Zeit um Themen wie Vertriebssysteme, Netzwerkformate, Nachhaltigkeit, Kreative Kampagnen, Markensprache und Bootsurlauber zu besprechen und die Themen wirksam zu gestalten.

Dieser Geschäftsbericht soll einen Einblick in die Arbeit der PMSG im Jahr 2023 geben und Umsetzungen der Maßnahmen des Marketingplanes erläutern. In ausgewählten Bereichen gibt er auch Einblick in das operative Geschäft der PMSG. Dabei besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit der Nennung.

Wir wünschen Ihnen viele Erkenntnisse beim Lesen.

**RAIMUND JENNERT**  
Geschäftsführer

**ANNE ROBERTSHAW**  
Prokuristin  
Marketing- und Strategieentwicklung

**NANNETTE NEITZEL**  
Prokuristin  
Personal- und Organisationsentwicklung

# Potsdam Marketing und Service GmbH – ein Kurzprofil

Die Potsdam Marketing und Service GmbH (PMSG) ist eine Tochtergesellschaft des städtischen Unternehmensverbundes ProPotsdam GmbH. Sie arbeitet auf der Grundlage der Betrauung von 2015 bzw. 2017. Laut Beschluss der Stadtverordnetenversammlung am 7. Juni 2017 wurde die PMSG mit der Weiterführung der Wahrnehmung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) in den Geschäftsfeldern Tourismus- und Kulturmarketing (einschließlich Tourist Information) und damit mit der kontinuierlichen und strategisch ausgerichteten touristischen Vermarktung der Landeshauptstadt Potsdam (LHP) bis längstens Ende 2027 betraut. Der Unternehmenszweck der PMSG umfasst die Umsetzung des Tourismus- und Kulturmarketings der Landeshauptstadt Potsdam. In der Praxis ist das Kulturmarketing aktuell nur bedingt Aufgabe der PMSG.

Die Landeshauptstadt Potsdam (LHP) ist über den Unternehmensverbund ProPotsdam GmbH Gesellschafterin der PMSG. Der Bereich Marketing der LHP betreut die PMSG mittelbetriebswirtschaftlich und ist ihr erster Ansprechpartner innerhalb der Stadtverwaltung. Darüber hinaus gibt es weitere Fachbereiche in der Stadtverwaltung, mit denen die PMSG projektbezogen zusammenarbeitet.

Die strategische Ausrichtung der PMSG gründet sich, neben der Tourismusstrategie Brandenburg<sup>1</sup>, auf der Vision und den Leitlinien der Tourismusentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam. Dabei orientiert sie sich an den Entwicklungszielen, die im optimistischen Szenario unter Berücksichtigung der Profilt Themen Kultur, Wasser, Film und MICE in der Tourismuskonzeption 2025<sup>2</sup> formuliert wurden. Im Zuge eines Fortschreibungsprozesses wurden die darin enthaltenen Strategien weiterentwickelt, die Vision angepasst und auch die neue Leitlinie „Auf Nachhaltigkeit und Qualität ausgerichtete Tourismusentwicklung“ aufgenommen. Somit wurde die Tourismuskonzeption 2025 zum neuen Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Potsdam (TK der LHP)<sup>3</sup>.

|  |  |                   |
|--|--|-------------------|
| <b>Neu Leitlinie</b>                             | Auf Nachhaltigkeit und Qualität ausgerichtete Tourismusentwicklung   |                   |
| <b>Weiterentwickelte Vision und neue Mission</b> | Vision-Statement   | Mission-Statement |
| <b>Leitziele abgeleitet aus der Vision</b>       | Profilierung   |                   |
|  | Aufenthaltsqualität und Gemeinwohlorientierung   |                   |
|  | Wirtschaftsfaktor Tourismus und lokale/regionale Wertschöpfung   |                   |
|  | Qualität und Nachhaltigkeit in der Freizeit-/Erlebnisinfrastruktur und Beherbergung                              |                   |
| <b>Anspruch</b>                                  | Digitale Kompetenz und barrierefreie Entwicklung in allen Handlungsfeldern entlang der gesamten Customer Journey |                   |

Abbildung: Strategische Unternehmensausrichtung der PMSG

Unter Berücksichtigung der externen Grundlagen erarbeitete die PMSG für die interne Verwendung das Strategiepapier „Strategische Marketingplanung der PMSG“ mit langfristig definierten Handlungszielen. Die daraus resultierenden Projekte und Aufgaben, die sich im jährlichen Marketingplan der PMSG<sup>4</sup> wiederfinden, werden entsprechend dem Marketing-Mix den Bereichen Produkt, Kommunikation und Vertrieb zugeordnet und durch die jeweiligen Teams der PMSG umgesetzt.

Diese Zuordnung ist u.a. das Resultat eines in 2021 angestoßenen Changemanagement-Prozesses. Denn in Hinblick auf die im Leitbild der PMSG verankerten Zielsetzung sich zu einer Destination Management Organisation (DMO) zu entwickeln, verwandelte sich die PMSG in ein agiles Unternehmen.

So wurden bis Ende 2023 Voraussetzungen wie eine schlanke Unternehmensstruktur, teamübergreifendes, agiles Arbeiten und die Arbeit in Projektteams geschaffen, sodass Themen und Aufgaben zielgerichtet bearbeitet werden.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> <https://tourismusnetzwerk-brandenburg.de/strategie/tourismusstrategie-brandenburg>

<sup>2</sup> <https://www.potsdam.de/tourismuskonzeption-2025-der-landeshauptstadt-potsdam>

<sup>3</sup> [https://www.potsdam.de/system/files/document/Fortschreibung\\_Tourismuskonzept\\_der\\_Landeshauptstadt\\_Potsdam\\_0.pdf](https://www.potsdam.de/system/files/document/Fortschreibung_Tourismuskonzept_der_Landeshauptstadt_Potsdam_0.pdf)

<sup>4</sup> <https://potsdam-marketing.de/marketing/>

<sup>5</sup> weitere Informationen finden Sie in der Unternehmensdarstellung der PMSG: <https://potsdam-marketing.de/wp-content/uploads/2023/09/unternehmensdarstellung-der-pmsg.pdf>



# PMSG – EIN KURZPROFIL

## Zielsystem der PMSG

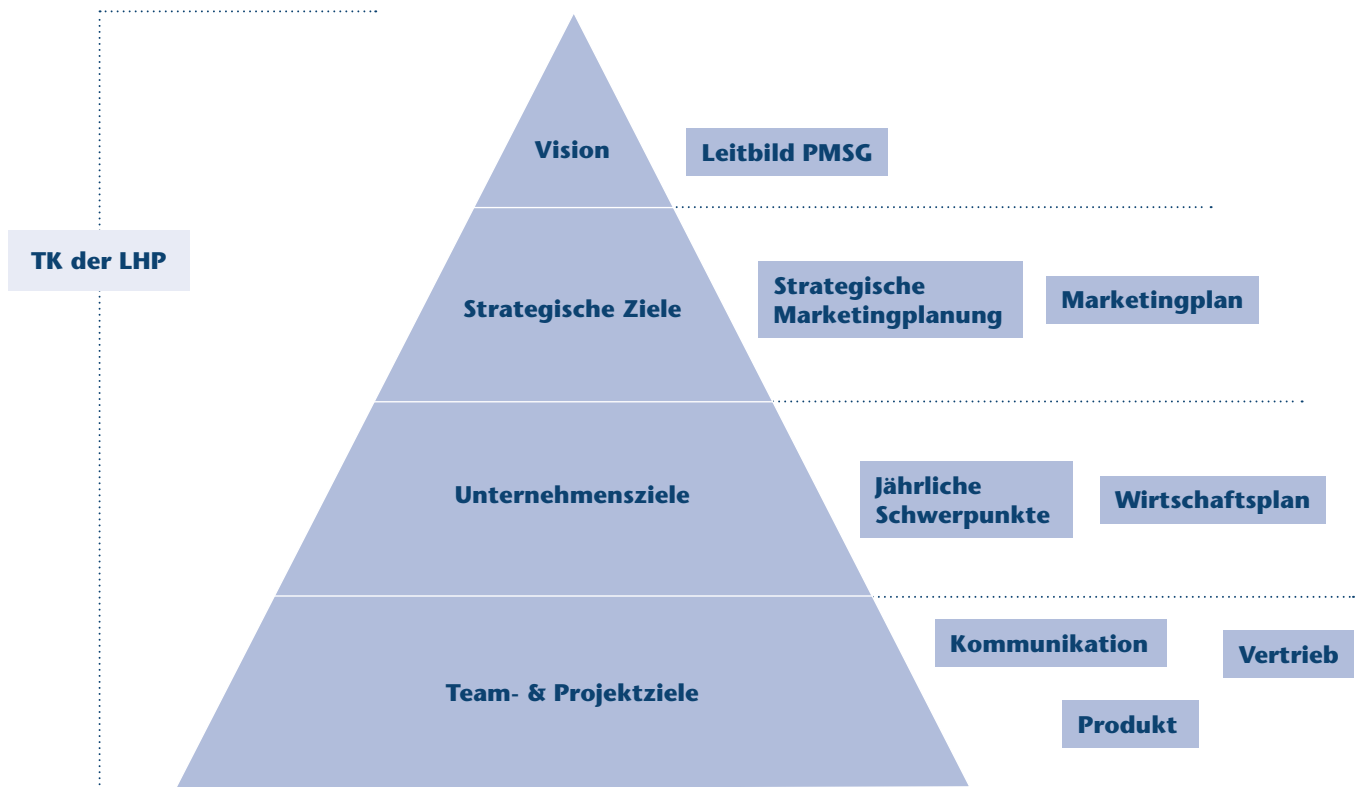


Abb. Zielsystem der PMSG

## Organigramm der PMSG

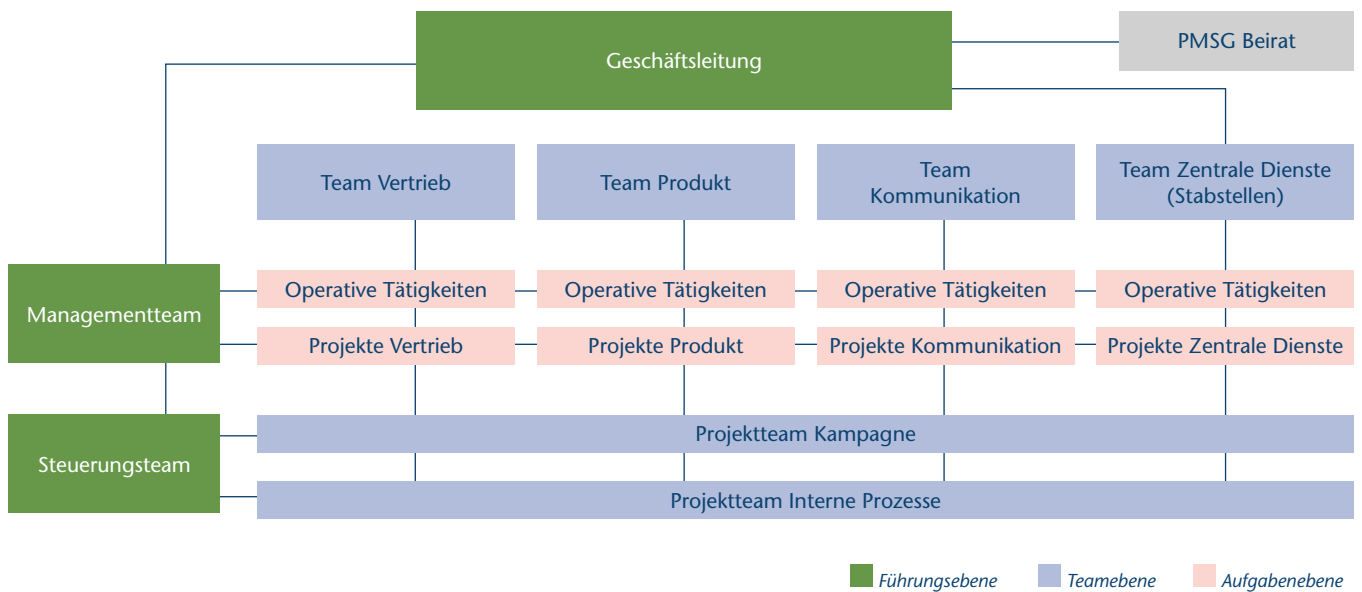


Abb. Organigramm der PMSG – in Umsetzung ab 1.1.2024<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Ein Überblick zu den Aufgaben und Funktionen der Bereiche ist auf [www.potsdam-marketing.de/unternehmen](http://www.potsdam-marketing.de/unternehmen) dargestellt.

# PMSG intern - Zahlen, Daten, Fakten & Neues

## Ausgewählte Meilensteine der PMSG

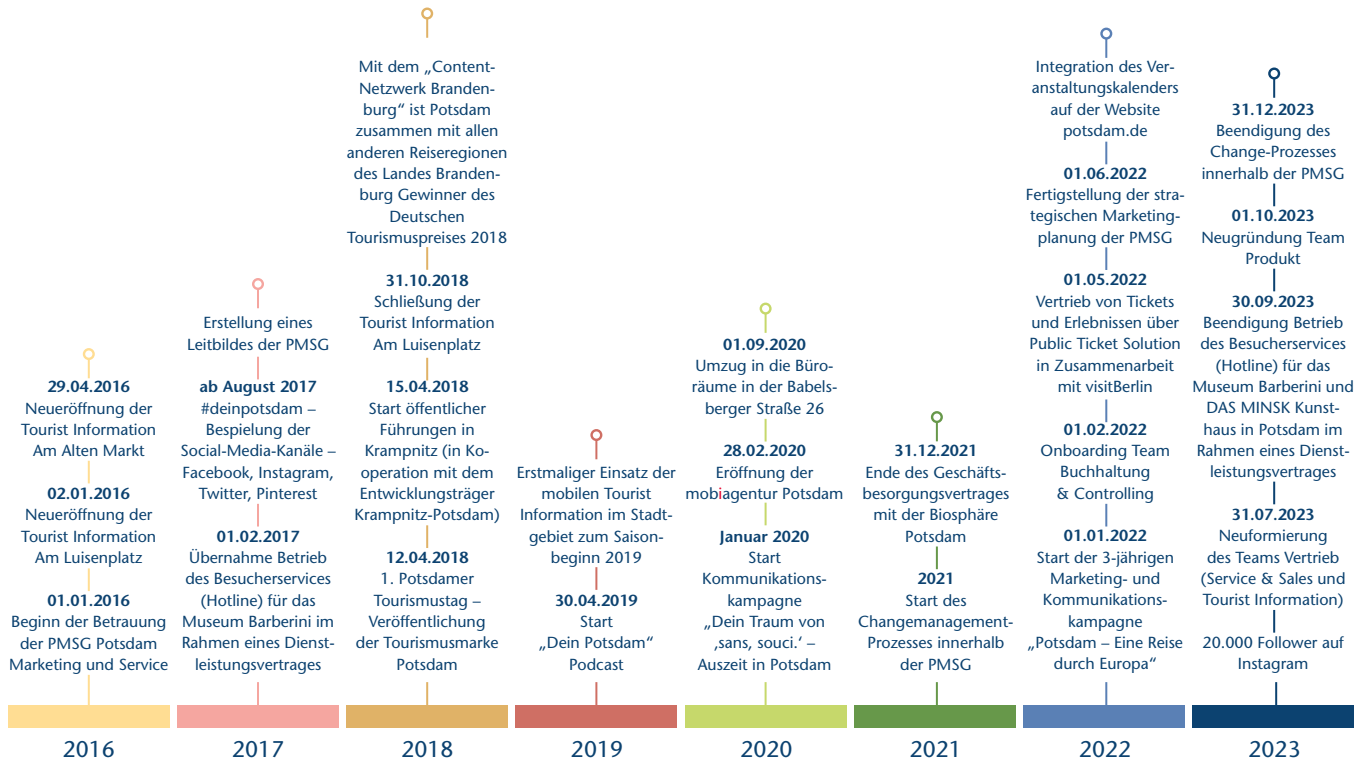


Abb. Meilensteine der PMSG seit ihrer Gründung



Die PMSG beschäftigt im Jahr 2023 insgesamt **40 Mitarbeitende**. **15 Prozent** der Mitarbeitenden bringen ihre internationale Geschichte mit in die Arbeit der PMSG ein.



### Verteilung der Beschäftigten nach Altersgruppen

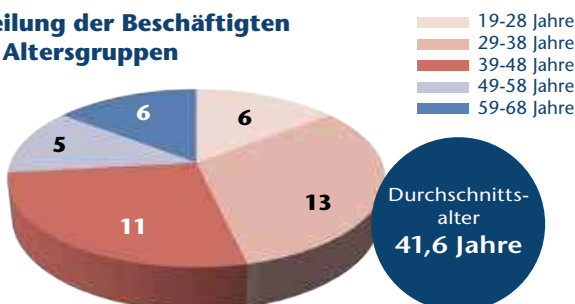


Abb. Verteilung der Beschäftigten nach Altersgruppen und Durchschnittsalter

### Anteile der Beschäftigten nach Geschlechtern

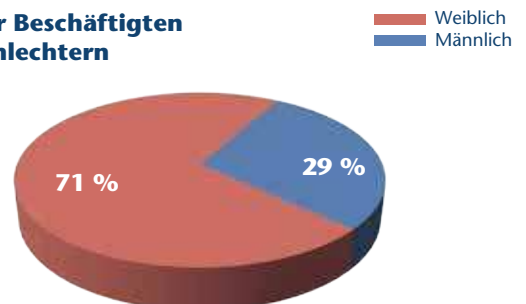


Abb. Anteile der Beschäftigten nach Geschlecht

### CHANGEMANAGEMENT-PROZESS ZUR PMSG 2.0 MIT EINFÜHRUNG DER PROJEKTARBEIT ABGESCHLOSSEN

Seit dem Frühjahr 2023 wurden im Laufe des Jahres insgesamt zwei feste Projektteams in der PMSG, so wie es auch im Organigramm der PMSG zu sehen ist, gegründet und etabliert. Dabei handelt es sich um die Projektteams Kampagne sowie Interne Prozesse. Diese und das Projektteam rund um den Website-Relaunch sind teamübergreifend tätig. Hier arbeiten Mitglieder aus allen Teams der PMSG (Kommunikation, Vertrieb, Produkt und Zentrale Dienste) mit. Sie sind für die inhaltliche Führung, Planung und Umsetzung der jeweils definierten Projekte, basierend auf den festgelegten Maßnahmen des aktuellen Marketingplan der PMSG, zuständig.

Während das Projektteam Kampagne die jeweils geplante Kampagne der PMSG führt, übernimmt das Projektteam Interne Prozesse die Federführung aller für das Unternehmen relevanten Projekte im Rahmen der Unternehmens- und Organisationsentwicklung nach innen und außen (z.B. Zertifizierung der Destination Potsdam als nachhaltiges Reiseziel). Das Projektteam Website-Relaunch ist, wie der Name es auch schon vermuten lässt, für den Relaunch der PMSG-Websites verantwortlich.



Abb. Gründung der Projektteams Kampagne und Website-Relaunch

Neben den o.a. festen Projektteams gab es 2023 auch das Projektteam Tourismustag, welches federführend für die Organisation und Ausrichtung des 6. Potsdamer Tourismustages zuständig war.<sup>7</sup>

Mit der Einführung der Projektarbeit wurde ein weiterer wichtiger Schritt für die Etablierung der PMSG als agiles Unternehmen umgesetzt. Der insgesamt dreijährige Prozess zur Umstrukturierung zur PMSG 2.0 wurde Ende 2023 erfolgreich abgeschlossen.



Abb. Cover des Handbuchs „How-to-PMSG 2.0“ © Sabrina Niepraschk

### DUALES STUDIUM BEI DER PMSG – ERFOLGREICHER ABSCHLUSS

Die PMSG trägt dazu bei, Fachkräfte zu fördern und zu qualifizierten Mitarbeitern auszubilden. Sie ist Praxis-Unternehmen für ein duales Studium. In den Praxisphasen durchlaufen die Studierenden alle Abteilungen des Unternehmens.

Im Herbst 2023 konnte die erste duale Studentin das Studium BWL/Tourismus B. A. im dualen Studium an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin beenden. Mit der PMSG als Praxisbetrieb nahm bereits im Herbst 2023 eine Studentin der IU Hochschule das duale Studium Tourismus-Management<sup>8</sup> auf.



Anika Hüttemann

„Das duale Studium bei der PMSG war für mich sehr wertvoll. Ich konnte in den verschiedenen Abteilungen aktiv mitarbeiten und umfangreiche Einblicke und Kenntnisse gewinnen. Während meines Studiums hat mich die PMSG aktiv unterstützt und gefördert und mir ermöglicht, mein Potenzial zu entfalten und neue Fähigkeiten zu entwickeln.“

In meiner Bachelorarbeit „Destinationen für Alle – Destinationsmanagementorganisationen als Mittler zwischen Gästebedürfnissen und barrierefreien Angeboten“ konnte ich das Netzwerk der PMSG nutzen und einen Maßnahmenplan für Barrierefreiheit in Potsdam entwickeln. Auch bei diesem Vorhaben stand mir die PMSG unterstützend zur Seite. Im September 2023 habe ich mein Studium erfolgreich abgeschlossen und absolviere derzeit einen weiterführenden Masterstudiengang.“

Abb. Zitat mit Foto von Anika Hüttemann

<sup>7</sup> Weitere Informationen zur Arbeit der Projektteams werden im Kapitel Marketingplanmaßnahmen 2023 behandelt

<sup>8</sup> <https://www.iu.de/bachelor/tourismusmanagement/>

# Statistisches aus Potsdam und den Bereichen der PMSG

In diesem Kapitel wird ein Rückblick auf den Tourismus in Potsdam im Allgemeinen und hinsichtlich einiger ausgewählter operativer Aufgaben der PMSG mit Bezug zu den Bereichen Kommunikation, Vertrieb und Produkt vorgenommen.

Im Zuge des Transformationsprozesses zur PMSG 2.0 wurden die Aufgaben im Bereich des Vertriebs neu strukturiert. Die ehemaligen Teams des Service Center sowie des Gruppenservice der PMSG wurden im Herbst 2023 zum Team Service & Sales zusammengeführt. Mit dem Team der Tourist Informationen vertritt das Team Service & Sales den Bereich Vertrieb. Ebenso wurde das bis dato fehlende Team für den Bereich Produkt neu gegründet.

Die Themen Tagen und MICE stellen in allen Bereichen einen Schwerpunkt dar, weshalb dieser gesondert an der einen oder anderen Stelle herausgestellt wird.

## ENTWICKLUNG DES TOURISMUS IN DER DESTINATION POTSDAM

Bei der Übernachtungsbilanz 2023 erreichte der Deutschlandtourismus das zweitbeste Ergebnis nach dem Rekordjahr 2019. „Gemessen an den Übernachtungszahlen hat die Tourismusbranche in Deutschland im Jahr 2023 die Corona-Krise endgültig hinter sich gelassen. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) nach vorläufigen Ergebnissen mitteilt, verzeichneten die Beherbergungsbetriebe 487,2 Millionen Gästeübernachtungen. Das waren 8,1 Prozent mehr als im Jahr 2022 und nur noch 1,7 Prozent weniger als 2019. Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Inland stieg im Jahr 2023 gegenüber dem Vorjahr um 6,2 Prozent auf 406,3 Millionen, womit das Vorkrisenniveau sogar um 0,1 Prozent übertroffen wurde. Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland war mit 80,9 Millionen um

### Gästeübernachtungen und Gästeankünfte international

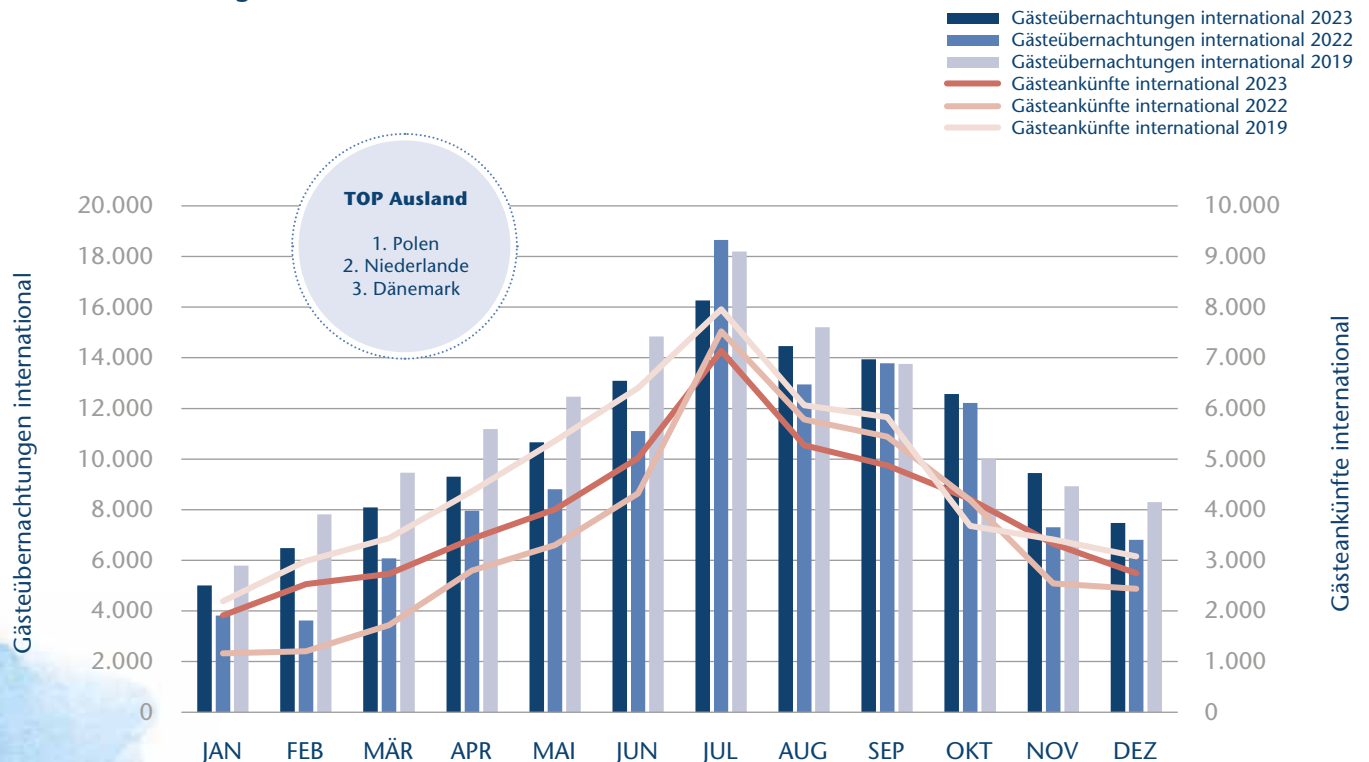


Abb. Gästeübernachtungen und -ankünfte international



## Gästeübernachtungen gesamt und Zimmerauslastung in %

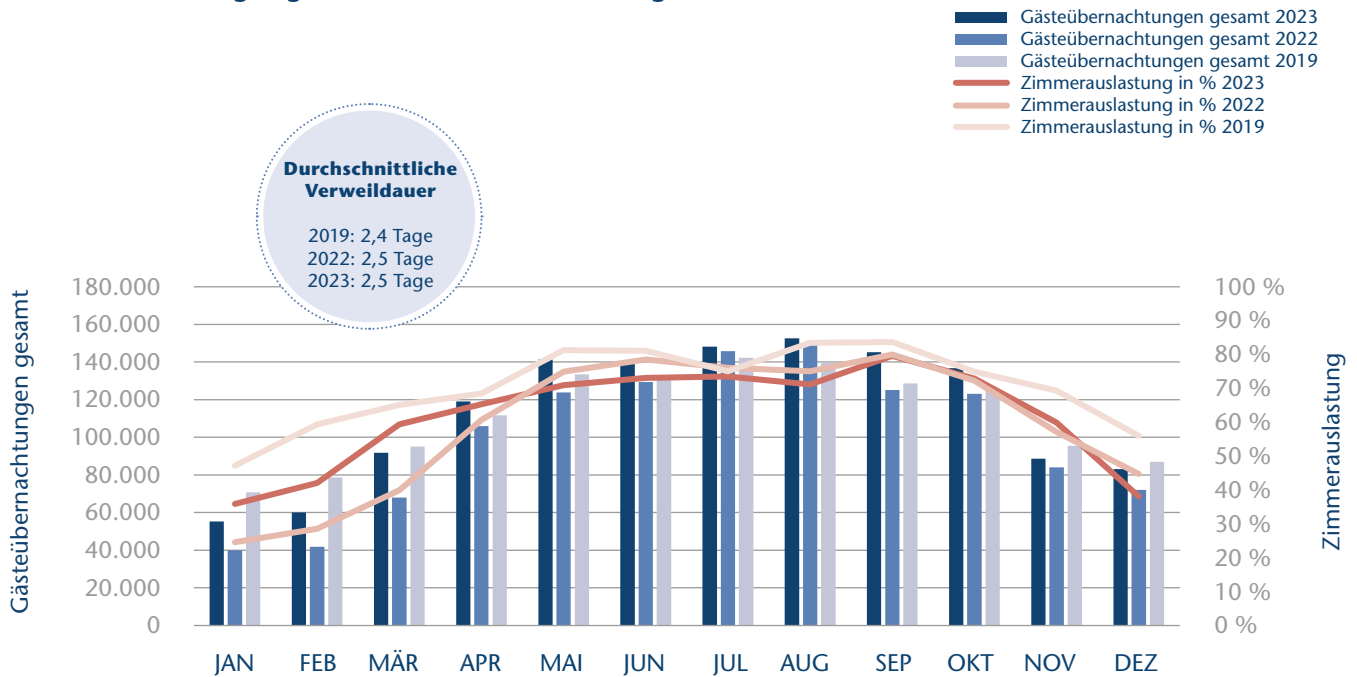


Abb. Gästeübernachtungen und Zimmerauslastung gesamt

18,9 Prozent höher als 2022. Der Anteil internationaler Reisender am Gästeaufkommen lag damit bundesweit bei 16,6 Prozent. 2019 lag dieser Wert bei 18,1 Prozent. Beim Blick auf die verschiedenen Betriebsarten zeigt sich, dass Hotels, Gasthöfe und Pensionen dem Vorkrisen-Niveau noch hinterherhinken (- 4,2 %). Der Fewo-Markt (+0,9 %) und vor allem Campingplätze (+18,3 %) konnten ihr Volumen im Vergleich zu 2019 aber deutlich steigern.“<sup>9</sup>

Laut dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg übertrafen so auch die Übernachtungen in der Landeshauptstadt Potsdam in 2023 mit 1.361.498 Übernachtungen das Referenzjahr 2019. Bezogen auf das Jahr 2019 liegt der Wert für 2023 bei 101,7 Prozent (+ 22.612 Übernachtungen).

Im März 2023 lag das Bettenangebot in Potsdam erstmals über 7.000 Betten (7.012 Betten). Während der Juli die meisten Übernachtungen ausländischer Gäste (16.264 ausländische Übernachtungen) zählte, so wurden im Oktober so viele Gäste wie noch nie gezählt: 53.594 Gäste übernachteten in Potsdams 57 Beherbergungsbetrieben.<sup>10</sup>

## VERTRIEB

### Service & Sales

Mit dem Wegfall des Buchungsverbandes Land Brandenburg der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH für die Vermittlung von Unterkünften seit dem 1. Januar 2023 konnten im Laufe des Jahres 39 Gastgeber aus Potsdam gemeinsam mit unserem Partner Lohospo neu vertraglich gebunden werden. Zahlreiche Gastgeber hatten sich im Vorfeld allerdings für andere Buchungsstrecken entschieden. Aufgrund von Personalmangel in den Beherbergungsbetrieben und damit fehlenden Kapazitäten für die Datenpflege in den Buchungssystemen bevorzugten die Gastgeber den direkten Kontakt mit den Gästen. Die Vermittlungsrate über die PMSG ist seit Jahren rückläufig, so dass auch gegenüber 2022 die Vermittlung von Unterkünften über die PMSG um 68,8 Prozent gesunken ist. Gegenüber 2019 sogar um 81,7 Prozent.

<sup>9</sup> [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/02/PD24\\_053\\_45.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/02/PD24_053_45.html)

<sup>10</sup> „StiB – Statistik im Blick Tourismus“ - <https://www.potsdam.de/de/stib-statistik-im-blick>

**Übernachtungsvermittlung durch die PMSG**

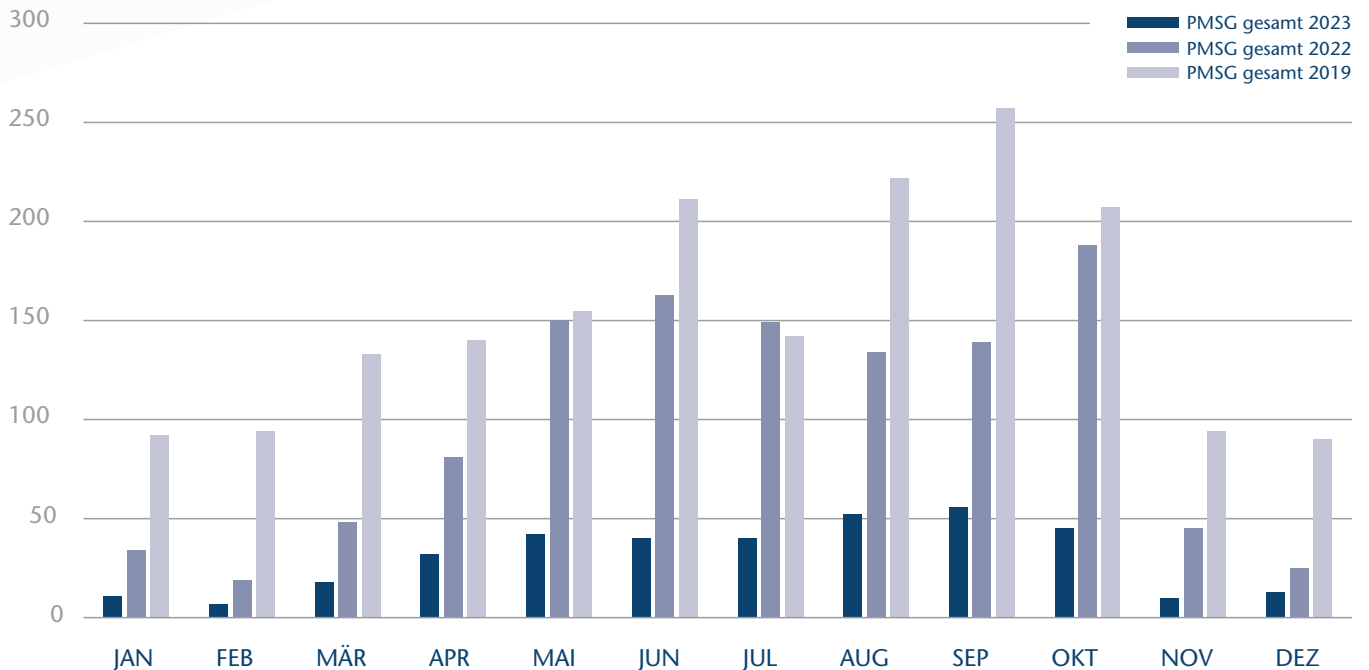


Abb. Übernachtungsvermittlung durch die PMSG

Im Bereich der Gruppen führte die PMSG insgesamt 641 Programme durch. Das entspricht im Vergleich zum Vorjahr 2022 ein Abstieg um 4,5 Prozent. Damit liegen wir um 40 Prozent unter dem Niveau von 2019. Die durchschnittliche Gruppengröße lag im Jahr 2023 bei 31 Teilnehmern. Im Vergleich zum Vorjahr 2022 sind das knapp 11 Prozent weniger. Im Jahr 2019 lag die durchschnittliche Gruppengröße bei 33 Teilnehmer, dies wiederum entspricht ca. 6 Prozent mehr als im Jahr 2023.

Für das Tagen- & MICE-Geschäft wurden im Jahr 2023 insgesamt 28 Veranstaltungen organisiert und begleitet. Das entspricht einen Rückgang zum Vorjahr um 30 Prozent. Im Vergleich zu 2019 und somit zu vorpandemischen Zeiten ist ebenfalls ein Rückgang um 7 Prozent zu verzeichnen.

Dies ist vordergründig aufgrund des PMSG internen Personal-mangels im ersten und zweiten Quartal zurückzuführen. In diesem Zeitraum konnten nicht alle Anfragen bearbeitet werden.

Die Anzahl der eingegangenen Anrufe ist im Jahr 2023 im Vergleich zu 2022 um 57 Prozent zurückgegangen. Dies entspricht im Vergleich zum Jahr 2019 einem Rückgang von 14 Prozent. Allerdings wurde im Januar 2023 ein Anstieg von 68 Prozent verzeichnet. Die deutliche Zunahme im Januar war in den letzten Jahren beispiellos und spiegelte Gästepräferenzen für frühzeitige Urlaubsplanungen. Seit Februar haben Anrufer die Möglichkeit, Voice-Mails zu hinterlassen; dadurch und durch die erhöhte Anzahl der ausgehenden Anrufe sowie die Einführung anderer PMSG Kommunikationskanäle während der Wartezeit (zusätzliche Informationen) spiegelten sich vor allem in einem verringerten Anrufverhalten der Gäste wider. Somit reduzierte sich die Zahl der eingehenden Anrufe weitestgehend.

Durchführung von Gruppenbuchungen

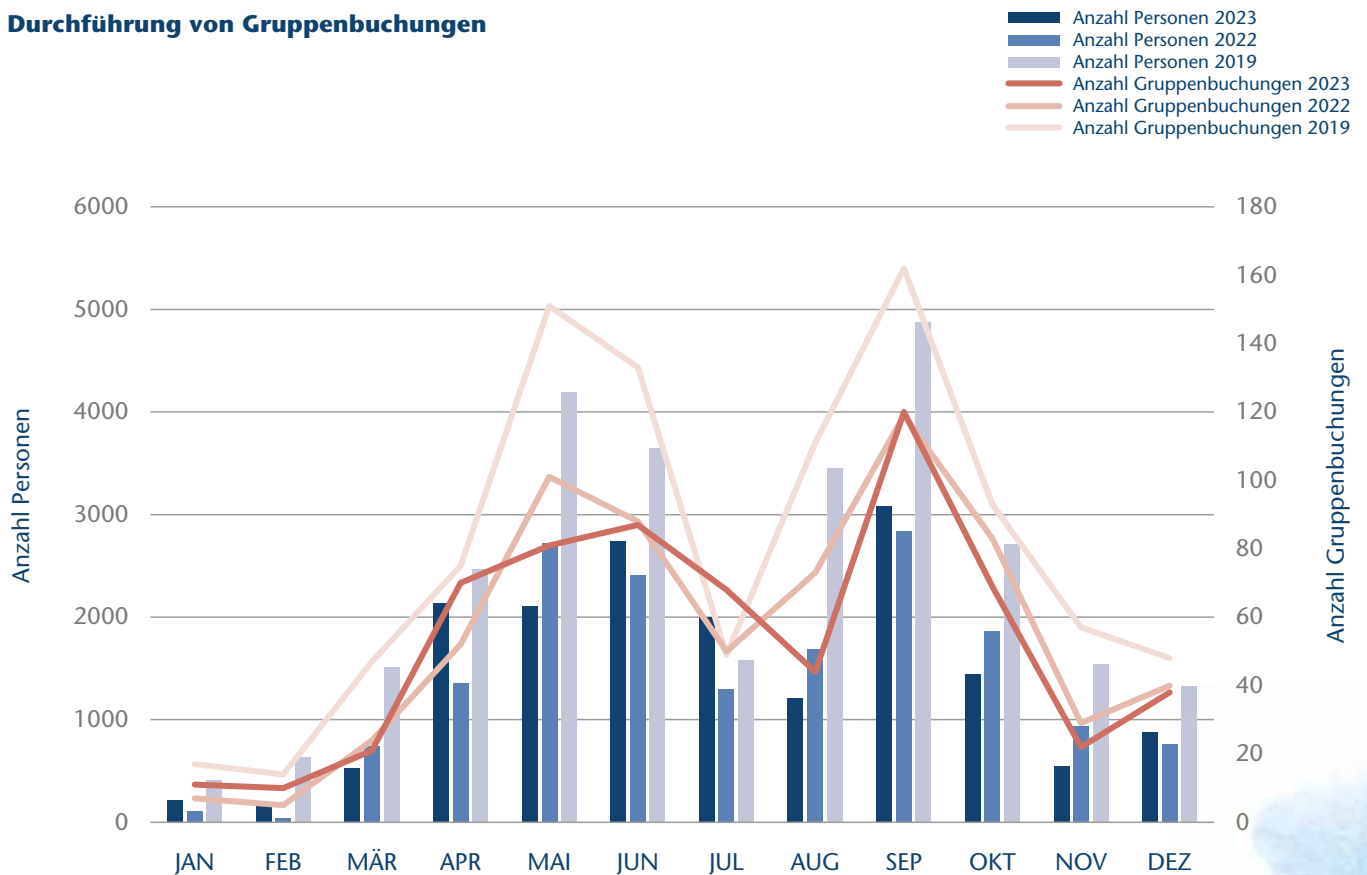


Abb. Anzahl der Gruppenbuchungen

Tagen & MICE

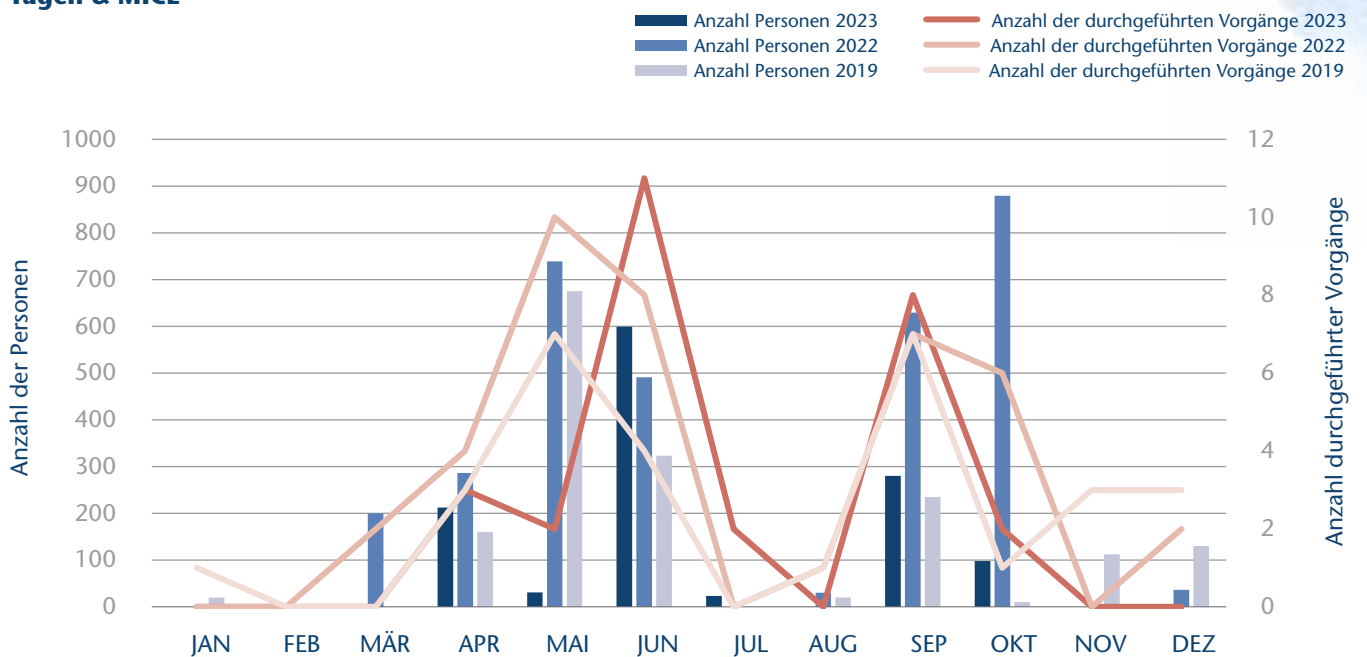


Abb. Vorgänge im Bereich Tagen & MICE

## Telefonhotline der PMSG – Anzahl der Eingänge

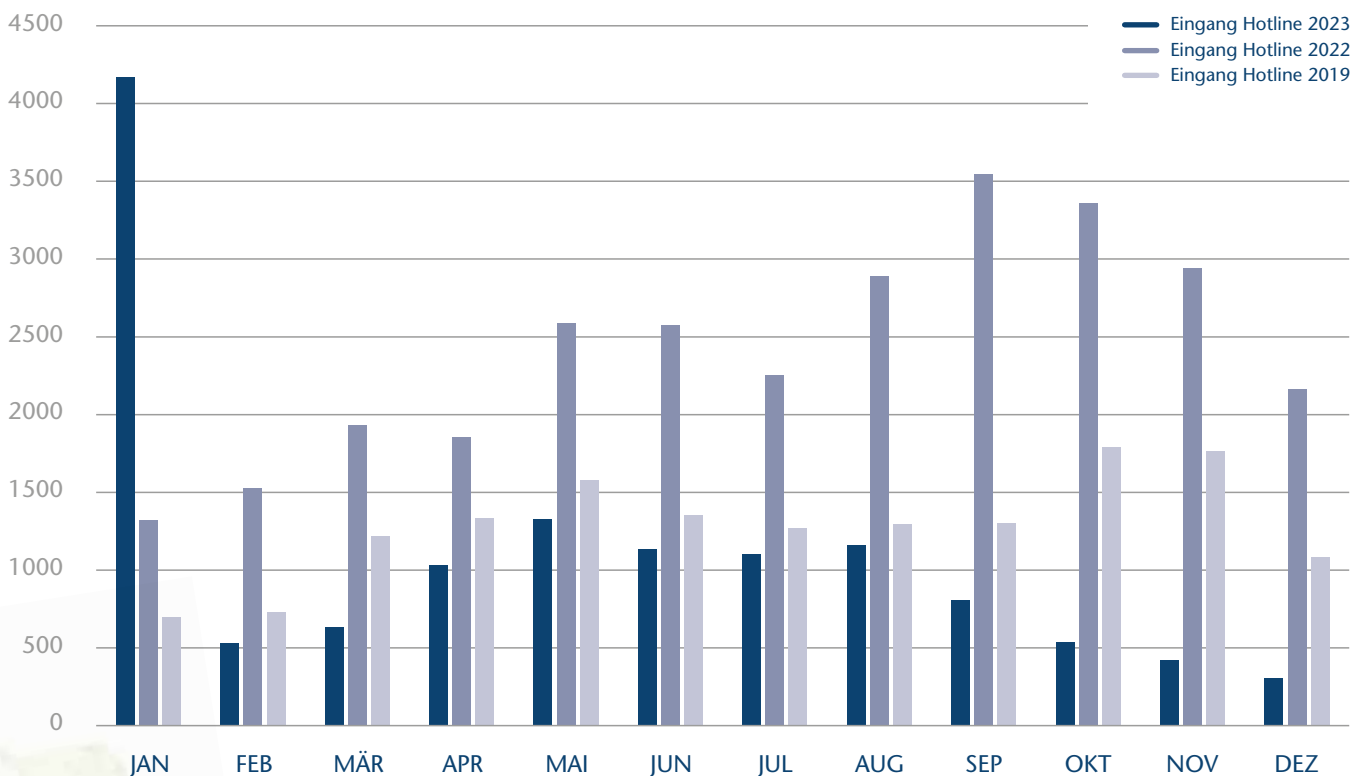


Abb. Hotline der PMSG – Anzahl der eingehenden Anrufe

## Tourist Informationen

Wenngleich sich das Wetter zum Jahresbeginn durch erhöhte Niederschläge in Potsdam präsentiert hat, war dies für das Besucheraufkommen der beiden Tourist Informationen, Am Alten Markt und in der mobiagentur Potsdam<sup>11</sup>, nicht schmälernd. Auch in Hinblick auf die zunehmende Relevanz bei der Durchführung von Projektarbeit, entschied sich die PMSG seit Mai mittwochs einen Schließtag für den Standort Am Alten Markt einzuführen. Somit wurde die Beratungsleistung von sieben, auf sechs Tage die Woche reduziert. Gleichzeitig stand auch weiterhin die mobiagentur Touristen und Einwohnern täglich während ihrer Öffnungszeiten zur Verfügung. Mit insgesamt rund 252.000 Besuchern an beiden Standorten, wurde trotz des Schließtages, die eigene Erwartung an das Besucheraufkommen übertroffen.

Die Betrachtung der gemessenen Besucherdaten nach Herkunft, macht deutlich, dass die Tourist Informationen eine nicht zu unterschätzende Funktion mit ihren Service- und Beratungsleistung im gesamtstädtischen Zusammenspiel für die Potsdamer Bevölkerung ausmachen. Wie auch 2022, sind die an den Standorten gemessenen internationalen Besucherströme aus Spanien, Großbritannien und den Niederlanden am stärksten zu verzeichnen.

Im regelmäßigen Rhythmus von zwei Jahren werden die Tourist Informationen nach den i-Marke-Kriterien des Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV)<sup>12</sup> geprüft.

Die Tourist Information in der mobiagentur Potsdam wurde im November 2023 mit der i-Marke re-zertifiziert.



<sup>11</sup> Die Umgestaltung und Ausstattung der Tourist Information in der mobiagentur Potsdam wurde mit dem Schwerpunkt digitale Kommunikation (MeinBrandenburg) aus Mitteln des Bundes und des Landes Brandenburg im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsinfrastruktur – GRW-Infrastruktur“ gefördert.

<sup>12</sup> <https://www.deutschtourismusverband.de/qualitaet/i-marke.html>



**Besucherzahlen in den Tourist Informationen Potsdam**



Abb. Besucherzahlen der Tourist Informationen

Neben den beiden Standorten ist es 2023 möglich gewesen, durch den Einsatz der mobilen Tourist Information den touristischen Auftrag, in Potsdam sowie dem Umland ganzjährig wahrzunehmen. Erstmals wurde dazu das Lastenrad „Potsblitz“ bei Veranstaltungen genutzt. Der PMSG war es so möglich, neben den Saisonausfahrten im Potsdamer Stadtgebiet, an 27 Veranstaltungen teilzunehmen und die Kampagne „Wolle, Wein, Visionen – Eine Reise durch Europas Handwerk in Potsdam“ sichtbar in die Destination zu tragen. Hier ist besonders herauszustellen, dass zu diesen Veranstaltungen sieben Termine auf Potsdams Weihnachtsmärkten, wie dem Blauen Lichterglanz, die 2. Potsdamer WEINnacht, dem Böhmisches Weihnachtsmarkt sowie dem Sinterklaas-Fest, zählen.

Das ganzjährige Nutzungskonzept einer mobilen Tourist Information gilt es für 2024 weiter zu etablieren und auszubauen.

Die PMSG nimmt national damit eine Vorreiterrolle ein, welches sich durch die eingehenden Anfragen anderer DMOs attestieren lässt. So bietet seit Mai 2023 beispielweise auch die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde ihren Touristen eine mobile Tourist Information an, zu deren Anschaffung sich die PMSG mit Rostock & Warnemünde ausgetauscht hatten.

| Quartal | Einsätze 2022    |                                | Einsätze 2023    |   |
|---------|------------------|--------------------------------|------------------|---|
| Q I     | 18./19.02.       | 2. Regionalmarkt der Biosphäre | 17./18.03.       | Fahrradwochenende   |
|         |                  |                                | 18./19.03.       | 4. Regionalmarkt der Biosphäre                              |
| Q II    |                  |                                | 16.04.           | 62. Potsdamer Flottenparade mit Hafenfest                   |
|         |                  |                                | 06./07.05.       | Velo Berlin   |
|         |                  |                                | 11./12.05.       | Internationale Städtetagung des Forum Stadt e.V. in Potsdam |
| Q III   |                  |                                | 15.06.           | Olympischer Fackellauf bzw. Fest der Vielfalt               |
|         |                  |                                | 19.08.           | Campingplatz-Tour   |
|         |                  |                                | 28.08.           | HBPG Sommerfest   |
|         |                  |                                | 15./16.09.       | ADS-Jahrestagung  |
| Q IV    | 24./25.09.       | 3. Regionalmarkt der Biosphäre | 10.09.           | Kulturfest - Wir feiern unsere Stadt                        |
|         |                  |                                | 25.-27.11.       | Berlin Travel Festival                                      |
|         |                  |                                | 07./08.10.       | 5. Regionalmarkt der Biosphäre                              |
|         |                  |                                | 15./16.11.       | 6. Potsdamer Tourismustag                                   |
|         |                  |                                | 02.12.           | 2. Potsdamer WEINnacht                                      |
|         |                  |                                | 02./03. & 09.12. | Böhmisches Weihnachtsmarkt                                  |
| 09.12.  | Sinterklaas-Fest |                                |                  |   |
|         | 16./17.12.       | Blauer Lichterglanz            |                  |   |

Abb. Einsätze der mobilen Tourist Information



© PMSG Angelo Rokossa



© PMSG Angelo Rokossa

Abb. Mobile Tourist Information und der „Potsblitz“ im Einsatz auf den Weihnachtsmärkten Potsdams

**POTSDAM MARKETING UND SERVICE** PMSG Potsdam Marketing und Service GmbH  
 367 Follower:innen  
 8 Monate • Bearbeiter •

🌐 Städteübergreifender Dialog im Tourismus – Ein Blick nach Rostock & Warnemünde 🍷

🗨 Städteübergreifender Austausch im Tourismus hat schon immer einen großen Stellenwert. Der Dialog untereinander ist von entscheidender Bedeutung, um unsere Destinationen kontinuierlich weiterzuentwickeln und unseren Besuchern den bestmöglichen Service zu bieten.

📌 Ein aktuelles und hervorragendes Beispiel dafür ist die **Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde**. Im vergangenen Herbst hatte Paul Wendland stellvertretend die Initiative ergriffen und uns in Potsdam besucht. Gemeinsam, mit unserem Geschäftsführer Raimund Jennert und dem Verantwortlichen für die mobile Tourist Information Uwe Lawatzki, wurde unsere mobiAgentur im Hauptbahnhof und die Tourist Information am Alten Markt besucht. Sehr ausführlich wurde insbesondere die mobile Tourist Information inspiziert. Es war eine offene und konstruktive Begegnung, bei der wir nicht nur unsere eigenen Erfahrungen teilen konnten, sondern auch wertvolle Einblicke in die Entwicklung von Rostock und Warnemünde gewonnen haben.

💡 Es freut uns nun umso mehr, dass die Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde ebenfalls eine mobile Tourist Information eingeführt hat – und zwar von dem gleichen Hersteller wie unsere, eine "Schwester", wenn man so will. Diese nachhaltige Entwicklung ist ein Grund zum Feiern und zeigt, wie fruchtbar der Austausch von Erfahrungen und Best Practices sein kann.

🎉 Wir gratulieren herzlich zu dieser wegweisenden Entscheidung und freuen uns bereits jetzt auf den weiteren Austausch und die gemeinsame Sammlung von Erfahrungswerten. Indem wir unsere Kenntnisse teilen und voneinander lernen, können wir sicherstellen, dass unsere Destinationen weiterhin florieren und unseren Besucherinnen und Besuchern unvergessliche Erlebnisse bieten.

👉 In diesem Sinne wünschen wir der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde weiterhin viel Erfolg bei der Umsetzung ihrer innovativen Ideen und Projekte.

#Tourismus #Partnerschaften #Erfahrungsaustausch #Nachhaltigkeit  
 Historic Highlights of Germany



(c) TZRW



Abb. LinkedIn-Post zu den mobilen TI der PMSG und Rostock & Warnemünde



PRODUKT

Öffentliche Rundgänge

Das Produktportfolio der öffentlichen Rundgänge umfasste 17 Touren, welche 452 Mal als öffentliche Rundgänge angeboten wurden. Im Vergleich zum Vorjahr sind das 3 Rundgänge mehr. Die Teilnehmerzahl ist zum Vorjahr um 4,5 Prozent leicht gesunken und ist damit wieder auf dem Niveau von 2019.

Digitale Touren

Digitale Stadterlebnisse werden vermehrt angeboten und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Die Downloadzahlen der Potsdam City Guide APP\* ist im Vergleich zum Jahr 2022 um 22,3 Prozent gestiegen. Ende 2023 haben wir einen ersten Austausch mit touristischen Partnern initiiert, welche digitale Angebote im Portfolio haben. Dieser Austausch wird 2024 fortgesetzt.

Produktentwicklungen

Passend zur Kampagne „Eine Reise durch Europa“ wurde der im Jahr 2022 neu entwickelte Rundgang „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ mit dem Schwerpunkt europäischer Architektur auch in 2023 fortgesetzt. Die durchschnittliche Auslastung lag bei insgesamt 14 angebotenen Touren in den Monaten April bis Oktober bei 37 Prozent und ist damit im Vergleich zum Jahr 2022 um 30 Prozent gesunken.

Bezüglich des Kampagnenschwerpunktthemas „Handwerk“ in 2023 wurde der Rundgang „Handgemacht in Potsdam – Manufakturen gestern und heute“ angeboten. Mit jeweils zwei Touren in den Monaten April bis Oktober wurde der Rundgang insgesamt 14 Mal angeboten und hatte eine durchschnittliche Auslastung von 39 Prozent.

Durchführung öffentlicher Rundgänge

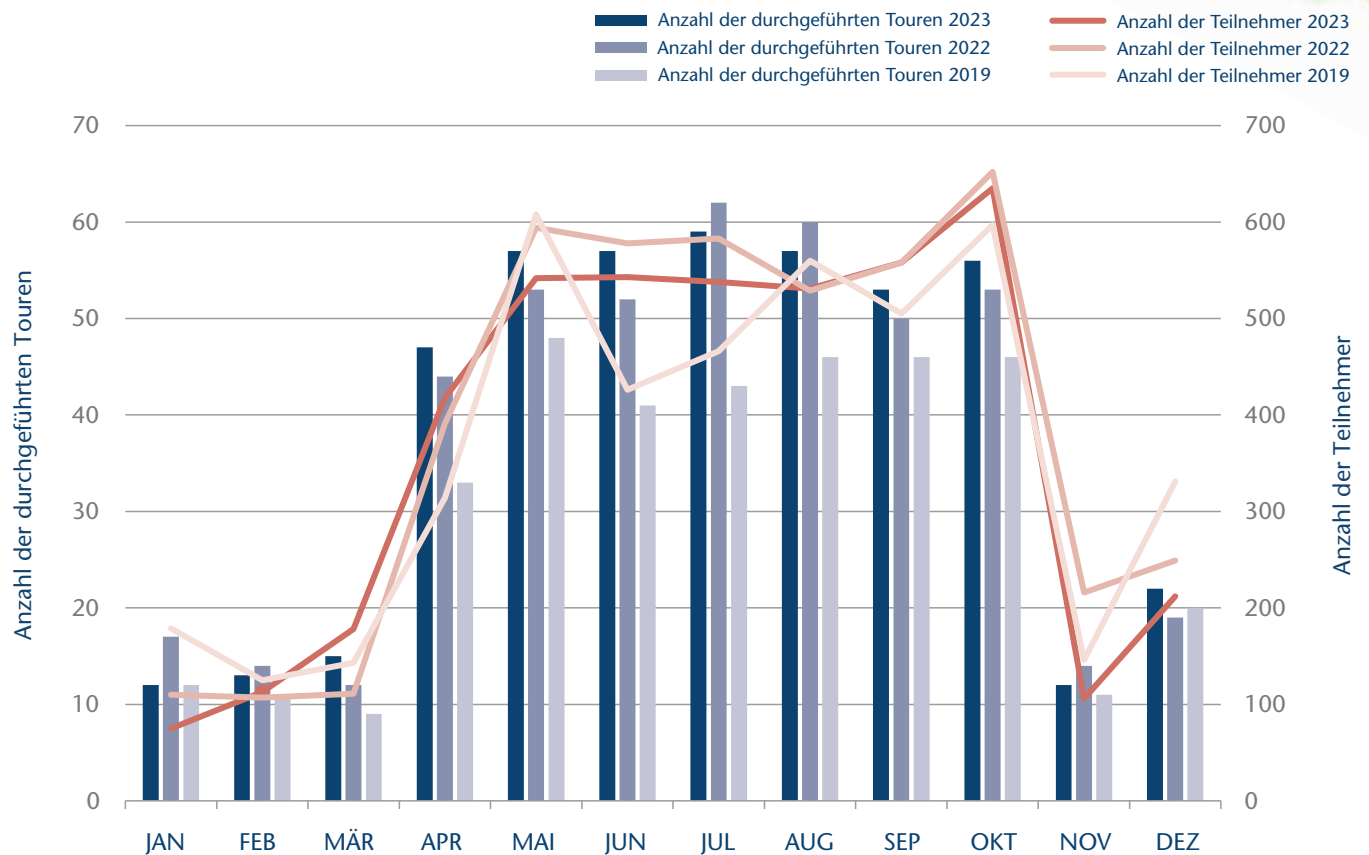


Abb. Durchführung öffentlicher Rundgänge

\* <https://www.potsdamtourismus.de/touren/digitale-stadterlebnisse>

**Download der Potsdam City Guide APP**

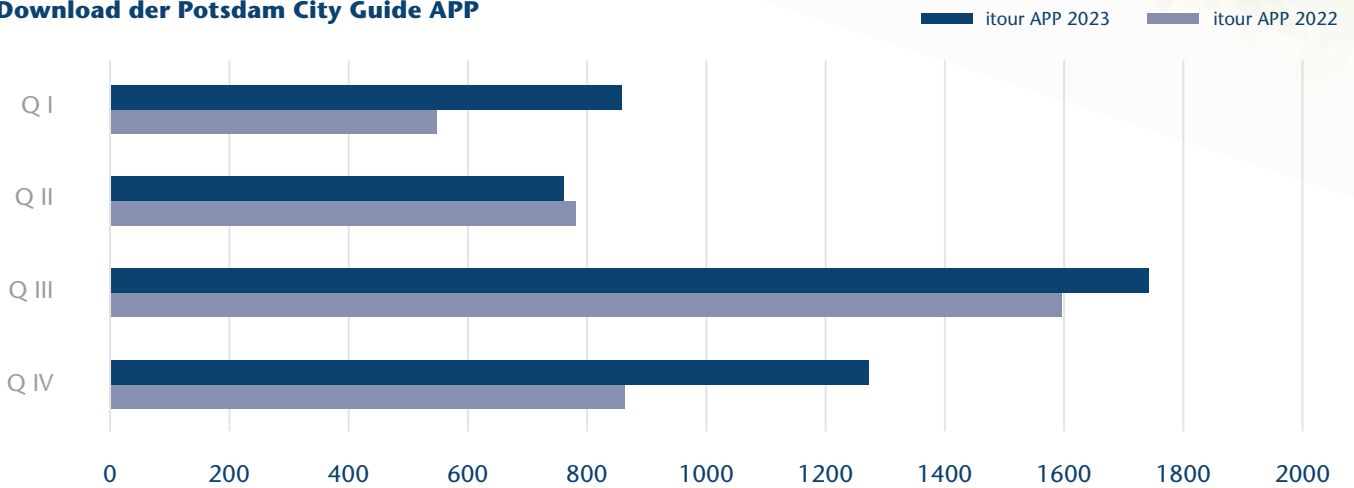


Abbildung: Download der Potsdam City Guide APP

**Anzahl der Teilnehmer  
Öffentlicher Rundgang – Eine Reise durch Europa**

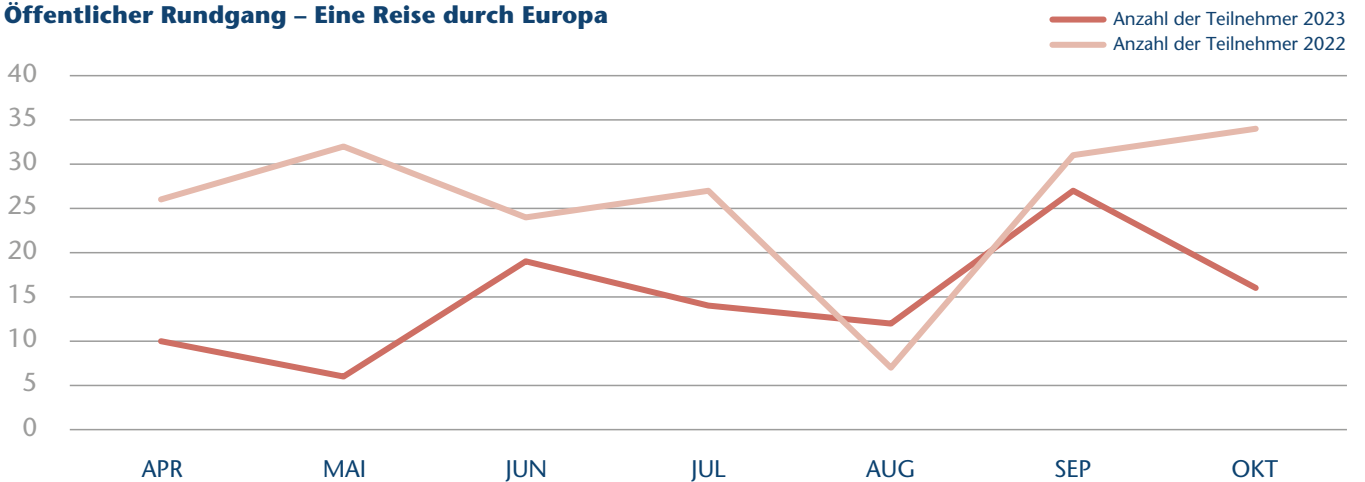


Abbildung: Öffentlicher Rundgang: Potsdam - Eine Reise durch Europa

**Anzahl der Teilnehmer 2023  
Handgemacht in Potsdam – Manufakturen gestern und heute**

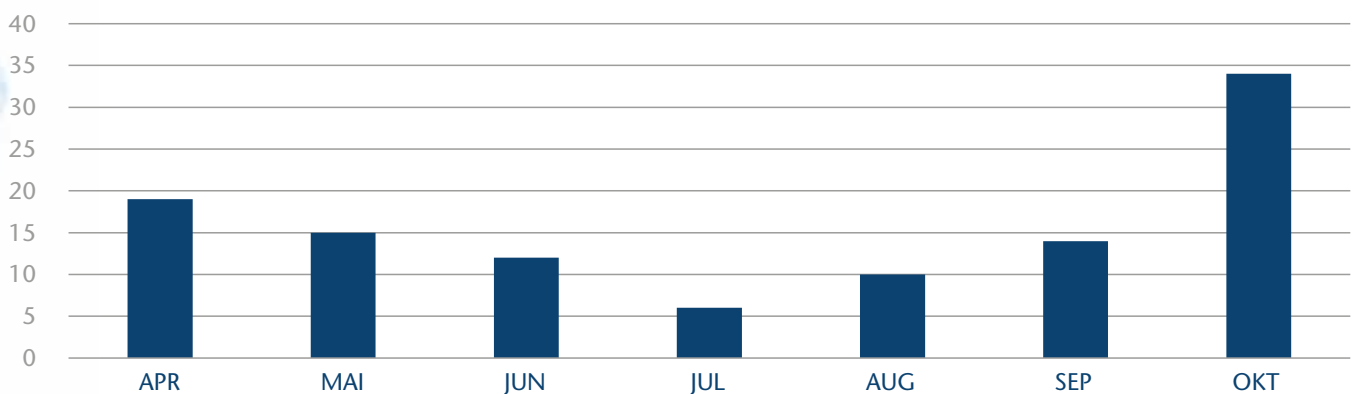


Abbildung: Öffentlicher Rundgang: Handgemacht in Potsdam – Manufakturen gestern und heute



## KOMMUNIKATION

### Printmedien

In der nachfolgenden Übersicht werden die Printprodukte der PMSG dargestellt, die in 2023 erstellt bzw. (nach)gedruckt worden sind.

Neben den in der Übersicht dargestellten Printprodukten, zeigt das Prospekt „Einladung nach Potsdam“<sup>13</sup> alle öffentlichen Führungen der PMSG in einer übersichtlichen Weise. Potsdamer Anbieter beteiligen sich darin mit Einträgen zu weiteren Stadtführungen. Zusätzlich sind die Veranstaltungshöhepunkte für das Jahr abgebildet.

| Quartal | Format   | Auflage     | Titel   | Inhalt  |
|---------|----------|-------------|---|---|
| Q I     | Magazin  | 5.000 Stk.  | Explore Potsdam Travel Magazine<br>UNESCO-Welterbe, Auf dem Wasser, Film, MICE, Weihnachten, Barrierefreie Angebote                                   | Die englische Ausgabe des Reisemagazins zeigt, dass Potsdam zu jeder Jahreszeit eine Reise wert ist. Historisch bedeutende Orte, besondere Plätze am Wasser, eine königliche Radtour und Potsdams Filmgeschichte rücken dabei in den Fokus. Das Magazin gibt darüber hinaus einen Überblick zur Mobilität innerhalb der Stadt, zu Potsdam als MICE-Standort und zu Aktivitäten in der Weihnachtszeit.                               |
| Q II    | Magazin  | 6.500 Stk.  | Dein Potsdam-Reisemagazin #06<br>Handwerk, Wasser, Film, Barrierefreiheit   | In dieser Ausgabe Sommer/Herbst wird die Jahreskampagne „Wolle, Wein, Visionen – Eine Reise durch Europas Handwerk in Potsdam“ beleuchtet. Orte wie der Königliche Weinberg sowie Kunst im Park Sanssouci und Potsdam als Host für die australische Delegation der Special Olympics werden vorgestellt. Für den Herbst gibt das Magazin spannende Veranstaltungs- und Ausflugstipps.  |
| Q III   | Prospekt | 500 Stk.    | Explorando Potsdam<br>Nachdruck   | Der kleine spanische Reiseführer bietet individuelle Touren-Tipps zu Fuß, mit dem Rad und dem Padelboot. Dabei werden die Profithemen Kultur, Wasser und Film berücksichtigt. Neben Routen zu Fuß durch die Stadt werden Radtouren am Wasser und auch Paddeltouren auf der Havel vorgestellt.   |
|         | Prospekt | 5.000 Stk.  | Erlebe Potsdam<br>Nachdruck Entdeckertouren zu Fuß, mit Rad oder Boot   | Der kleine deutsche Reiseführer bietet individuelle Touren-Tipps zu Fuß, mit dem Rad und dem Padelboot. Dabei werden die Profithemen Kultur, Wasser und Film berücksichtigt. Neben Routen zu Fuß durch die Stadt werden Radtouren am Wasser und auch Paddeltouren auf der Havel vorgestellt.  |
| Q IV    | Magazin  | 15.000 Stk. | Dein Potsdam-Reisemagazin 2024 <span style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; padding: 2px 5px; color: white; font-weight: bold;">Neu</span> | Diese Ausgabe gilt erstmals ganzjährig und zeigt, analog zur englischen Ausgabe, dass Potsdam zu jeder Jahreszeit eine Reise wert ist. Es bietet umfassende Informationen über die Stadt und ihre Höhepunkte. Dazu zählen historisch bedeutende Ort, detaillierte Routenbeschreibungen, für Spaziergänge und Radtouren durch das UNESCO-Welterbe, Veranstaltungshinweise, barrierearme Erlebnisse und Teamevents auf und am Wasser. |

Abb. Printprodukte der PMSG



Abb. Einladung nach Potsdam und Dein Potsdam-Reisemagazin 2024



<sup>13</sup> Auflagenhöhe in 2023: 40.000 Stück

## STATISTISCHES

### Websites

In 2023 wurde der Prozess eines umfassenden Website-Relaunches gestartet. Dieses stellt ein umfassendes Projekt dar, welches alle Websites der PMSG unter einem Dach vereinen soll. In der folgenden Übersicht werden die Websites der PMSG nach Sitzungen, Seitenaufrufe, Ranking der Zugriffe sowie aufgerufener Seiten in 2023 gegenüber dem Vorjahr verglichen.

Die Zugriffszahlen der Landingpage [www.potsdamtourismus.de/weihnachtliches-potsdam](http://www.potsdamtourismus.de/weihnachtliches-potsdam) machten den Wunsch nach weihnachtlichen Angeboten deutlich. Von Anfang Oktober bis Ende Dezember 2023 konnten 28.841 Seitenaufrufe für die Landingpage verzeichnet werden. Zusätzlich haben die einzelnen Veranstaltungseinträge rund um das Thema Weihnachten 44.090 Seitenaufrufe generiert. Damit scheint die Begeisterung der Besucherinnen und Besucher für die Potsdamer Weihnachtsmärkte ungebrochen zu sein.

| Website <b>www.potsdamtourismus.de</b> |           |               |  |  |           |               |  |  |
|--|-----------|---------------|--|--|-----------|---------------|--|--|
| 2023                                   |           |               |  |  | 2022      |               |  |  |
| Quartal                                | Sitzungen | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten)                     | Ranking aufgerufener Seiten  | Sitzungen | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten)                 | Ranking aufgerufener Seiten  |
| Q I                                    | 39.498    | 109.584       | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Afghanistan     | 1. potsdamtourismus.de<br>2. /veranstaltungen/höhepunkte-2023<br>3. /veranstaltungen/veranstaltungstipps | 62.288    | 273.505       | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Niederlande | 1. potsdamtourismus.de<br>2. /veranstaltungen<br>3. /service/infomercial                                 |
| Q II                                   | 67.987    | 155.158       | 1. Deutschland<br>2. Österreich<br>3. USA      | 1. /veranstaltungen/veranstaltungstipps<br>2. potsdamtourismus.de<br>3. /veranstaltungen                 | 93.970    | 403.663       | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Österreich  | 1. potsdamtourismus.de<br>2. /veranstaltungen<br>3. /veranstaltungen/veranstaltungstipps                 |
| Q III                                  | 74.409    | 167.802       | 1. Deutschland<br>2. Schweiz<br>3. Niederlande | 1. /veranstaltungen/veranstaltungstipps<br>2. /veranstaltungen<br>3. potsdamtourismus.de                 | 112.485   | 464.674       | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Niederlande | 1. potsdamtourismus.de<br>2. /veranstaltungen/veranstaltungstipps<br>3. /veranstaltungen                 |
| Q IV                                   | 66.452    | 153.164       | 1. Deutschland<br>2. Polen<br>3. Schweiz       | 1. /weihnachtliches-potsdam/<br>2. /blauer-lichterglanz<br>3. boehmischer-weihnachtsmarkt                | 153.190   | 642.571       | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Afghanistan | 1. /weihnachtliches-potsdam<br>2. /event/weihnachtsmarkt/blauer<br>3. /historische-stadtkerne/böhmischer |
| Summe                                  | 248.346   | 585.708       |  |  | 421.933   | 1.784.413     |  |  |

| Website <b>www.potsdam-tourism.com</b> |           |               |   |   |           |               |   |  |
|--|-----------|---------------|---|---|-----------|---------------|---|--|
| 2023                                   |           |               |   |   | 2022      |               |   |  |
| Quartal                                | Sitzungen | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten)                    | Ranking aufgerufener Seiten   | Sitzungen | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten)                    | Ranking aufgerufener Seiten  |
| Q I                                    | 4.681     | 11.760        | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Großbritannien | 1. potsdam-tourism.com/en/home<br>2. /potsdam-in-one-day<br>3. when-to-explore-potsdam/winter | 4.100     | 9.566         | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. China          | 1. potsdam-tourism.com/en/home<br>2. /potsdam-in-one-day<br>3. /how-to-explore/suggested-itineraries |
| Q II                                   | 14.768    | 24.497        | 1. Tschechien<br>2. Deutschland<br>3. USA     | 1. potsdam-tourism.com/en/home<br>2. /suggested-itineraries<br>3. /potsdam-in-one-day         | 24.260    | 34.789        | 1. Tschechien<br>2. Deutschland<br>3. USA     | 1. potsdam-tourism.com/en/home<br>2. /potsdam-in-one-day<br>3. /how-to-explore/suggested-itineraries |
| Q III                                  | 10.184    | 21.082        | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Großbritannien | 1. potsdam-tourism.com/en/home<br>2. /potsdam-in-one-day<br>3. /arrival-and-departure         | 7.419     | 18.203        | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Großbritannien | 1. potsdam-tourism.com/en/home<br>2. /potsdam-in-one-day<br>3. /how-to-explore/suggested-itineraries |
| Q IV                                   | 13.780    | 22.752        | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Großbritannien | 1. /christmas-in-potsdam<br>2. potsdam-tourism.com/en/home<br>3. /potsdam-in-one-day          | 6.221     | 12.884        | 1. Deutschland<br>2. USA<br>3. Großbritannien | 1. potsdam-tourism.com/en/home<br>2. /christmas-in-potsdam<br>3. /potsdam-in-one-day                 |
| Summe                                  | 43.413    | 80.091        |   |   | 42.000    | 75.442        |   |  |

<sup>14</sup> Weitere Infos dazu sind unter *Zusätzliche Projekte im Kapitel Marketingplanmaßnahmen 2023* zu finden.

## STATISTISCHES

| Website <b>www.tagen-in-potsdam.de</b> |              |               |                            |                                   |              |               |                            |                                   |
|--|--------------|---------------|----------------------------|-----------------------------------|--------------|---------------|----------------------------|-----------------------------------|
| 2023                                   |              |               |                            |                                   | 2022         |               |                            |                                   |
| Quartal                                | Sitzungen    | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten       | Sitzungen    | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten       |
| Q I                                    | 404          | 884           | 1. Deutschland             | 1. tagen-in-potsdam.de            | 634          | 1.551         | 1. Deutschland             | 1. tagen-in-potsdam.de            |
|  |              |               | 2. USA                     | 2. /eventlocations                |              |               | 2. USA                     | 2. /user-service/give-aways/      |
|  |              |               | 3. Österreich              | 3. /hotels-eventlocations/hotels/ |              |               | 3. China                   | 3. /hotels-eventlocations/hotels/ |
| Q II                                   | 395          | 981           | 1. Deutschland             | 1. tagen-in-potsdam.de            | 707          | 1.399         | 1. Deutschland             | 1. /user-service/give-aways/      |
|  |              |               | 2. USA                     | 2. /schiffahrt-in-potsdam/        |              |               | 2. USA                     | 2. tagen-in-potsdam.de            |
|  |              |               | 3. Österreich              | 3. /eventlocations                |              |               | 3. China                   | 3. /stadtführung-babelsberg-film  |
| Q III                                  | 573          | 1.232         | 1. Deutschland             | 1. tagen-in-potsdam.de            | 813          | 1.683         | 1. Deutschland             | 1. tagen-in-potsdam.de            |
|  |              |               | 2. Österreich              | 2. /schiffahrt-in-potsdam/        |              |               | 2. USA                     | 2. /user-service/give-aways/      |
|  |              |               | 3. USA                     | 3. /kontaktformular/              |              |               | 3. Österreich              | 3. /eventlocations/               |
| Q IV                                   | 401          | 858           | 1. Deutschland             | 1. tagen-in-potsdam.de            | 542          | 1.097         | 1. Deutschland             | 1. tagen-in-potsdam.de            |
|  |              |               | 2. Österreich              | 2. /eventlocations                |              |               | 2. USA                     | 2. /eventlocations/               |
|  |              |               | 3. Niederlande             | 3. /give-aways                    |              |               | 3. Österreich              | 3. /hotels-eventlocations/hotels/ |
| <b>Summe</b>                           | <b>1.773</b> | <b>3.955</b>  |                            |                                   | <b>2.696</b> | <b>5.730</b>  |                            |                                   |

| Website <b>www.mice-potsdam.de</b> |            |               |                            |  |            |               |                            |                                    |
|------------------------------------|------------|---------------|----------------------------|--|------------|---------------|----------------------------|------------------------------------|
| 2023                               |            |               |                            |  | 2022       |               |                            |                                    |
| Quartal                            | Sitzungen  | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten            | Sitzungen  | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten        |
| Q I                                | 91         | 146           | 1. Deutschland             | 1. mice-potsdam.com                    | 224        | 330           | 1. USA                     | 1. mice-potsdam.com                |
|                                    |            |               | 2. USA                     | 2. /contact-form                       |            |               | 2. Deutschland             | 2. /contact-form                   |
|                                    |            |               | 3. Österreich              | 3. /service/give-aways                 |            |               | 3. China                   | 3. /privacy-policy                 |
| Q II                               | 86         | 134           | 1. Deutschland             | 1. mice-potsdam.com                    | 141        | 166           | 1. USA                     | 1. mice-potsdam.com                |
|                                    |            |               | 2. USA                     | 2. /contact-form                       |            |               | 2. Deutschland             | 2. eventlocations/mövenpick        |
|                                    |            |               | 3. Niederlande             | 3. /sailing-event/                     |            |               | 3. China                   | 3. hotel-locations/event-locations |
| Q III                              | 65         | 219           | 1. Deutschland             | 1. mice-potsdam.com                    | 231        | 387           | –                          | 1. mice-potsdam.com                |
|                                    |            |               | 2. Österreich              | 2. /service/give-aways                 |            |               | –                          | 2. /hotel-locations                |
|                                    |            |               | 3. Dänemark                | 3. /urania-wilhelm-foerster-potsdam-ev |            |               | –                          | 3. /contact-form                   |
| Q IV                               | 41         | 66            | 1. Deutschland             | 1. mice-potsdam.com                    | 199        | 266           | –                          | 1. mice-potsdam.com                |
|                                    |            |               | 2. Dänemark                | 2. /contact-form                       |            |               | –                          | 2. /service/give-aways             |
|                                    |            |               | 3. Italien                 | 3. /service/give-aways                 |            |               | –                          | 3. /service/about-us               |
| <b>Summe</b>                       | <b>283</b> | <b>565</b>    |                            |  | <b>795</b> | <b>1.149</b>  |                            |                                    |

| Website <b>www.dein-potsdam.de</b> |               |               |                            |                             |               |               |                            |                             |
|------------------------------------|---------------|---------------|----------------------------|-----------------------------|---------------|---------------|----------------------------|-----------------------------|
| 2023                               |               |               |                            |                             | 2022          |               |                            |                             |
| Quartal                            | Sitzungen     | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten | Sitzungen     | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten |
| Q I                                | 6.044         | 9.277         | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de/auszeit    | 5.381         | 8.508         | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de            |
|                                    |               |               | 2. Österreich              | 2. deinpotdam.de            |               |               | 2. USA                     | 2. deinpotdam.de/auszeit    |
|                                    |               |               | 3. USA                     | 3. deinpotdam.de/podcast    |               |               | 3. China                   | 3. deinpotdam.de/podcast    |
| Q II                               | 7.224         | 10.577        | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de/auszeit    | 5.088         | 12.030        | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de/auszeit    |
|                                    |               |               | 2. USA                     | 2. deinpotdam.de            |               |               | 2. USA                     | 2. deinpotdam.de            |
|                                    |               |               | 3. Österreich              | 3. deinpotdam.de/podcast    |               |               | 3. China                   | 3. deinpotdam.de/podcast    |
| Q III                              | 7.219         | 12.429        | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de/auszeit    | 5.057         | 8.010         | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de/auszeit    |
|                                    |               |               | 2. USA                     | 2. deinpotdam.de            |               |               | 2. USA                     | 2. deinpotdam.de            |
|                                    |               |               | 3. China                   | 3. deinpotdam.de/podcast    |               |               | 3. China                   | 3. deinpotdam.de/podcast    |
| Q IV                               | 6.081         | 8.595         | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de/auszeit    | 5.114         | 8.174         | 1. Deutschland             | 1. deinpotdam.de/auszeit    |
|                                    |               |               | 2. USA                     | 2. deinpotdam.de            |               |               | 2. Österreich              | 2. deinpotdam.de            |
|                                    |               |               | 3. China                   | 3. deinpotdam.de/podcast    |               |               | 3. USA                     | 3. deinpotdam.de/podcast    |
| <b>Summe</b>                       | <b>26.568</b> | <b>40.878</b> |                            |                             | <b>20.640</b> | <b>36.722</b> |                            |                             |

# STATISTISCHES

| Website <b>www.potsdam-marketing.de</b> |              |               |                            |                                     |              |               |                            |                                 |
|---|--------------|---------------|----------------------------|-------------------------------------|--------------|---------------|----------------------------|---------------------------------|
| 2023                                    |              |               |                            | 2022                                |              |               |                            |                                 |
| Quartal                                 | Sitzungen    | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten         | Sitzungen    | Seitenaufrufe | Ranking Zugriffe (Staaten) | Ranking aufgerufener Seiten     |
| Q I                                     | 46           | 70            | –                          | wenige Zugriffe                     | 1.771        | 3.769         | –                          | 1. potsdam-marketing.de         |
|   |              |               | –                          | Erfassung ist nicht aussagekräftig. |              |               | –                          | 2. /unternehmen/jobs-2-2        |
|   |              |               | –                          |                                     |              |               | –                          | 3. /unternehmen/ansprechpartner |
| Q II                                    | 135          | 212           | –                          | wenige Zugriffe                     | 2.809        | 5.665         | –                          | 1. potsdam-marketing.de         |
|   |              |               | –                          | Erfassung ist nicht aussagekräftig. |              |               | –                          | 2. /unternehmen/jobs-2-2        |
|   |              |               | –                          |                                     |              |               | –                          | 3. /unternehmen/ansprechpartner |
| Q III                                   | 882          | 1.547         | –                          | 1. potsdam-marketing.de             | 1.570        | 3.054         | –                          | 1. potsdam-marketing.de         |
|   |              |               | –                          | 2. unternehmen/jobs/                |              |               | –                          | 2. /unternehmen/jobs-2-2        |
|   |              |               | –                          | 3. /unternehmen/ansprechpartner     |              |               | –                          | 3. /unternehmen/ansprechpartner |
| Q IV                                    | 1.078        | 2.480         | –                          | 1. potsdam-marketing.de             | 1.010        | 2.079         | –                          | 1. potsdam-marketing.de         |
|   |              |               | –                          | 2. unternehmen/jobs/                |              |               | –                          | 2. /unternehmen/ansprechpartner |
|   |              |               | –                          | 3. /unternehmen/ansprechpartner     |              |               | –                          | 3. /unternehmen/jobs-2-2        |
| <b>Summe</b>                            | <b>2.141</b> | <b>4.309</b>  |                            |                                     | <b>7.160</b> | <b>14.567</b> |                            |                                 |

Abb. Websites der PMSG

## Social Media

Als neuer Kanal wurde ein PMSG LinkedIn-Account Ende des Jahres 2022 angelegt. Auf diesem Kanal konnte ein gutes Wachstum der Follower verzeichnet werden, so dass fast 350 Follower gezählt werden konnten.

Die Intensivierung der Beitragsschaltungen und des Community-Managements auf Facebook haben gezeigt, dass entgegen der einschlägigen Meinungen, Facebook für Potsdam weiterhin eine hohe Relevanz hat und ein wichtiges Medium hinsichtlich der Kommunikation mit der Zielgruppe darstellt.

Das Interesse am Dein Potsdam-Podcast ist ungebrochen. Trotz weniger veröffentlichter Episoden, konnten beim Dein Potsdam-Podcast mehr Wiedergaben gezählt werden als in 2022.

Auf dem deutschsprachigen #deinpotsdam-Instagramkanal konnte in 2023 ein Meilenstein erreicht werden: Im Frühjahr 2023 wurde die Marke von 20.000 Followern erreicht.

In der Weihnachtszeit wurde täglich ein digitales Adventstürchen auf Instagram geöffnet. In diesem Jahr stellte die Community über den Hashtag #deinpotsdam ihre winterlichen Motive der Landeshauptstadt zur Verfügung und ausgewählte Beiträge wurden gefeatured.

| Facebook B2C      |              |                  |                  |              |                  |                |
|-------------------|--------------|------------------|------------------|--------------|------------------|----------------|
| 2023              |              |                  | 2022             |              |                  |                |
| Quartal           | Follower     | Ranking Zugriffe | Reichweite       | Follower     | Ranking Zugriffe | Reichweite     |
| Q I               | 3.805        | 1. Deutschland   | 37.531           | 1.771        | 1. Deutschland   | 4.270          |
|                   |              | 2. USA           |                  |              | 2. USA           |                |
|                   |              | 3. Polen         |                  |              | 3. Polen         |                |
| Q II              | 4.119        | 1. Deutschland   | 187.112          | 2.809        | 1. Deutschland   | 3.407          |
|                   |              | 2. USA           |                  |              | 2. USA           |                |
|                   |              | 3. Polen         |                  |              | 3. Polen         |                |
| Q III             | 4.548        | 1. Deutschland   | 750.801          | 1.570        | 1. Deutschland   | 4.232          |
|                   |              | 2. USA           |                  |              | 2. USA           |                |
|                   |              | 3. Polen         |                  |              | 3. Polen         |                |
| Q IV              | 4.977        | 1. Deutschland   | 376.614          | 1.010        | 1. Deutschland   | 219.776        |
|                   |              | 2. USA           |                  |              | 2. USA           |                |
|                   |              | 3. Polen         |                  |              | 3. Polen         |                |
| <b>Mittelwert</b> | <b>4.362</b> |                  |                  | <b>3.575</b> |                  |                |
| <b>Summe</b>      |              |                  | <b>1.352.058</b> |              |                  | <b>231.685</b> |

| Instagram         |               |                  |                  |               |                  |                  |
|-------------------|---------------|------------------|------------------|---------------|------------------|------------------|
| 2023              |               |                  | 2022             |               |                  |                  |
| Quartal           | Follower      | Ranking Zugriffe | Impressions      | Follower      | Ranking Zugriffe | Impressions      |
| Q I               | 19.995        | 1. Deutschland   | 1.333.990        | 18.409        | 1. Deutschland   | 1.455.866        |
|                   |               | 2. USA           |                  |               | 2. USA           |                  |
|                   |               | 3. Italien       |                  |               | 3. Polen         |                  |
| Q II              | 20.669        | 1. Deutschland   | 1.392.036        | 18.597        | 1. Deutschland   | 627.082          |
|                   |               | 2. USA           |                  |               | 2. USA           |                  |
|                   |               | 3. Italien       |                  |               | 3. Polen         |                  |
| Q III             | 21.836        | 1. Deutschland   | 1.322.168        | 18.991        | 1. Deutschland   | 709.131          |
|                   |               | 2. USA           |                  |               | 2. USA           |                  |
|                   |               | 3. Italien       |                  |               | 3. Polen         |                  |
| Q IV              | 22.536        | 1. Deutschland   | 1.065.517        | 19.235        | 1. Deutschland   | 1.053.577        |
|                   |               | 2. USA           |                  |               | 2. USA           |                  |
|                   |               | 3. Italien       |                  |               | 3. Polen         |                  |
| <b>Mittelwert</b> | <b>21.259</b> |                  |                  | <b>18.808</b> |                  |                  |
| <b>Summe</b>      |               |                  | <b>5.113.711</b> |               |                  | <b>3.845.656</b> |



# STATISTISCHES

| LinkedIn   |             |          |             |          |
|------------|-------------|----------|-------------|----------|
|            | 2023        |          | 2022        |          |
| Quartal    | Impressions | Follower | Impressions | Follower |
| Q I        | 7.854       | 149      | –           | –        |
| Q II       | 8.483       | 253      | –           | –        |
| Q III      | 4.763       | 288      | –           | –        |
| Q IV       | 3.209       | 339      | –           | –        |
| Mittelwert |             | 257      |             |          |
| Summe      | 24.309      |          | –           |          |

| Podcast |                           |              |                        |                           |              |                        |
|---------|---------------------------|--------------|------------------------|---------------------------|--------------|------------------------|
|         | 2023                      |              |                        | 2022                      |              |                        |
| Quartal | veröffent-lichte Episoden | Wieder-gaben | Ranking Herkunft Hörer | veröffent-lichte Episoden | Wieder-gaben | Ranking Herkunft Hörer |
| Q I     | 3                         | 2.717        | 1. Deutschland         | 5                         | 2.456        | 1. Deutschland         |
|         |                           |              | 2. USA                 |                           |              | 2. USA                 |
|         |                           |              | 3. Belgien             |                           |              | 3. Spanien             |
| Q II    | 3                         | 3.999        | 1. Deutschland         | 6                         | 3.272        | 1. Deutschland         |
|         |                           |              | 2. USA                 |                           |              | 2. USA                 |
|         |                           |              | 3. Belgien             |                           |              | 3. Österreich          |
| Q III   | 0                         | 2.174        | 1. Deutschland         | 0                         | 1.886        | 1. Deutschland         |
|         |                           |              | 2. USA                 |                           |              | 2. USA                 |
|         |                           |              | 3. Polen               |                           |              | 3. Österreich          |
| Q IV    | 2                         | 2.377        | 1. Deutschland         | 2                         | 1985         | 1. Deutschland         |
|         |                           |              | 2. USA                 |                           |              | 2. USA                 |
|         |                           |              | 3. Großbritannien      |                           |              | 3. Österreich          |
| Summe   | 8                         | 11.267       |                        | 13                        | 9.599        |                        |

Abb. Social Media Kanäle der PMSG<sup>15</sup>

## Was für eine Spinnerei

Bei einem Spaziergang durch den Stadtteil Babelsberg fallen die hübschen Weberhäuser sofort ins Auge. Andreas Huxol, Annes Gesprächspartner in dieser Episode, erzählt, wie es sich heute darin lebt. Er stellt sich vor, wie es wohl früher in der so genannten schwarzen Küche gerochen haben muss – als vor allem böhmische Spinner und Weber in diesem Viertel lebten. Die Straßennamen Wolle-, Garn- und Spindelstraße erinnern noch heute an diese Zeit. Schau doch mal in der Weberstube vorbei und stöbere in der Geschichte Babelsbergs.



Abb. Dein Potsdam-Podcast – „Was für eine Spinnerei“

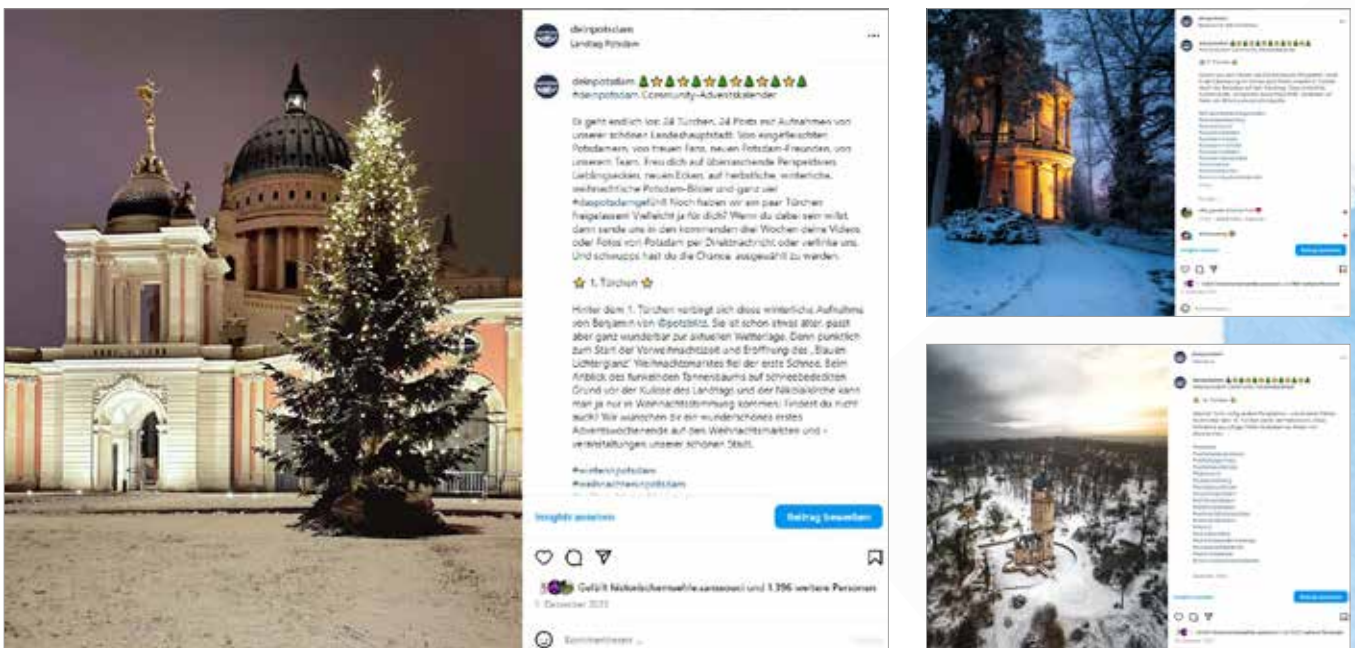


Abb. digitale Adventstürchen auf Instagram

<sup>15</sup> Follower bezeichnet Nutzer in einem Social Network, die einem Profil oder Kanal folgen. Die Reichweite bezieht sich auf die Gesamtanzahl an Nutzern, die eine Anzeige bzw. Content gesehen haben. Die Anzahl der Impressions gibt an, wie oft eine Anzeige bzw. Content auf einem Bildschirm angezeigt wird, also gesehen wurden. Hierbei sind Mehrfachzählungen gleicher Personen möglich.

## STATISTISCHES

### Presse

Pressemitteilungen wurden zu verschiedenen Themen, wie z. B. der Kampagne, zu PMSG-Produkten oder auch zum Thema Barrierefreiheit veröffentlicht. So wurden 29 deutsch- und 7 englischsprachige Pressemitteilungen versandt.

Weitere Kommunikationstools der PMSG stellen die Presse-reisen dar. 2023 wurden 18 Pressereisen mit insgesamt 26 Journalisten durchgeführt, wobei sich analoge und digitale Medien die Waage hielten. Im Fokus der in- und ausländischen Pressereisen lag die Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ mit dem Schwerpunkt Handwerk.

| Pressemitteilungen Deutsch |                     |  |  |                     |  |
|----------------------------|---------------------|--|--|---------------------|--|
|                            | 2023                |  |  | 2022                |  |
| Quartal                    | Veröffent-lichungen | Ranking Beiträge nach Reichweite   |  | Veröffent-lichungen | Ranking Beiträge nach Reichweite   |
| Q I                        | 7                   | 1. Saisonöffnung am Belvedere: Der Pfingstberg lädt zum Frühlingsmarkt ein | 2. Dein Potsdam inspiriert – Veröffentlichung eines neuen Imagefilms | 10                  | 1. Potsdam – Eine Reise durch Europa   |
|                            |                     | 3. Wolle, Wein, Visionen – Eine Reise durch Europas Handwerk in Potsdam    |  |                     | 2. Saisonstart macht Lust auf Potsdam im Frühling                                    |
|                            |                     |  |  |                     | 3. Neue öffentliche Führungen für Einheimische und Gäste der Stadt                   |
| Q II                       | 9                   | 1. Juni in Potsdam   | 2. Potsdamer Schlössernacht  | 9                   | 1. Potsdamer Schlössernacht  |
|                            |                     | 3. Den Sommer in Potsdam genießen  |  |                     | 2. Neue öffentliche Führungen für Einheimische und Gäste der Stadt                   |
|                            |                     |  |  |                     | 3. 50 Jahre UNESCO-Welterbekonvention: Potsdam feiert UNESCO-Tage                    |
| Q III                      | 8                   | 1. Auf zur Havel! Europas größtes Binnenwassersportrevier                  | 2. Ferien in Potsdam – Mit Kindern die Stadt entdecken               | 10                  | 1. Neue Audiotouren entlang der ehemaligen Grenze in Potsdam                         |
|                            |                     | 3. Tag des offenen Denkmals 2023   |  |                     | 2. Der Countdown läuft – noch weniger als ein Monat bis zur Potsdamer Schlössernacht |
|                            |                     |  |  |                     | 3. Von der Welterbestadt Potsdam in die Spargelstadt Beelitz radeln                  |
| Q IV                       | 5                   | 1. Stadtführungen im Winter  | 2. Weihnachtliches Potsdam   | 8                   | 1. Weihnachtliches Potsdam   |
|                            |                     | 3. Positive Bilanz des 6. Potsdamer Tourismustages                         |  |                     | 2. Potsdams Stadtführungen in Winter   |
|                            |                     |  |  |                     | 3. Seit wann sind Schweine rosa?   |
| <b>Summe</b>               | <b>29</b>           |  |  | <b>37</b>           |  |

| Pressemitteilungen Englisch |                     |  |   |                     |  |
|-----------------------------|---------------------|--|---|---------------------|--|
|                             | 2023                |  |   | 2022                |  |
| Quartal                     | Veröffent-lichungen | Ranking Beiträge nach Reichweite                                       |   | Veröffent-lichungen | Ranking Beiträge nach Reichweite                             |
| Q I                         | 2                   | 1. Potsdam – A city for everyone                                       | 2. Wool, wine, visions – A journey through Europe's crafts in Potsdam | 1                   | 1. Potsdam – A journey through Europe                        |
|                             |                     |  |   |                     |  |
| Q II                        | 2                   | 1. Event highlights in Potsdam   | 2. Fresh inspiration  | 3                   | 1. The Potsdam Palace Night 2022                             |
|                             |                     |  |   |                     | 2. Summer break in Potsdam                                   |
|                             |                     |  |   |                     | 3. Spring break in Potsdam                                   |
| Q III                       | 2                   | 1. Discover the river Havel! Europe's largest inland water sports area | 2. Holiday in Potsdam – Discover the city with children               | 3                   | 1. New audio tour at the former border between East and West |
|                             |                     |  |   |                     | 2. The Potsdam Feeling in autumn                             |
|                             |                     |  |   |                     | 3. Opening DAS MINSK Kunsthaus in Potsdam                    |
| Q IV                        | 1                   | 1. Welcome to Potsdam's Christmas Markets                              |   | 1                   | 1. Christmas time in Potsdam                                 |
| <b>Summe</b>                | <b>7</b>            |  |   | <b>7</b>            |  |

Abb. Pressemitteilungen der PMSG

# STATISTISCHES

| Pressereisen |                      |                      |   |  |  |                      |                      |   |  |   |
|--------------|----------------------|----------------------|---|--|--|----------------------|----------------------|---|--|---|
| Quartal      | 2023                 |                      |   |  |  | 2022                 |                      |   |  |   |
|              | Anzahl Presse-reisen | Anzahl Teilneh-mende | ausgewählte Medien  | Herkunft Journalist                    | Veröffent-lichung Quellmarkt           | Anzahl Presse-reisen | Anzahl Teilneh-mende | ausgewählte Medien  | Herkunft Journalist                              | Veröffentlichung Quellmarkt             |
| Q I          | 1                    | 1                    | TNT Magazine,<br>Travel Begins at 40,<br>Charitable Travel Magazine   | UK                                     | UK                                     | 0                    | 0                    |   |  |   |
| Q II         | 10                   | 21                   | De Mooiste Wegen,<br>guias-viajar.com<br>breaking-the-borders.com,<br>Presseplus,<br>Schweizer Gartenmagazin,<br>genussmaenner.de | NL, SWE<br>PL, ES, D<br>CZ, CH,<br>IND | NL, SWE<br>PL, ES, D<br>CZ, CH,<br>IND | 8                    | 14                   | Stars&Melodien<br>Secret Edition<br>Radioreise.de                         | 1. Deutschland<br>2. Tschechien<br>3. Österreich | 1. Deutschland<br>2. Tschechien         |
| Q III        | 7                    | 14                   | viajamosconfer<br>Fränkische Nachrichten  | D, MEX,<br>CHN                         | ES<br>D, MEX,<br>CHN                   | 6                    | 8                    | Pravo<br>mathiasfalcone.de<br>Rtravelita Blog                             | 1. China<br>2. Frankreich<br>3. Schweiz          | 1. China<br>2. Frankreich<br>3. Schweiz |
| Q IV         | 3                    | 4                    | radioreise.de<br>Fortuna - Radio Georgien   | CZ<br>D<br>GEO                         | CZ<br>D<br>GEO                         | 4                    | 10                   | Radioreise.de,<br>weltreisender.net<br>The Economic Times<br>Travel World | 1. Deutschland<br>2. Indien                      | 1. Deutschland<br>2. Indien             |
| Summe        | 21                   | 40                   |   |  |  | 18                   | 32                   |   |  |   |

Abb. Pressereisen der PMSG

## Präsentationen auf Messen und Events

- B2B
- B2C

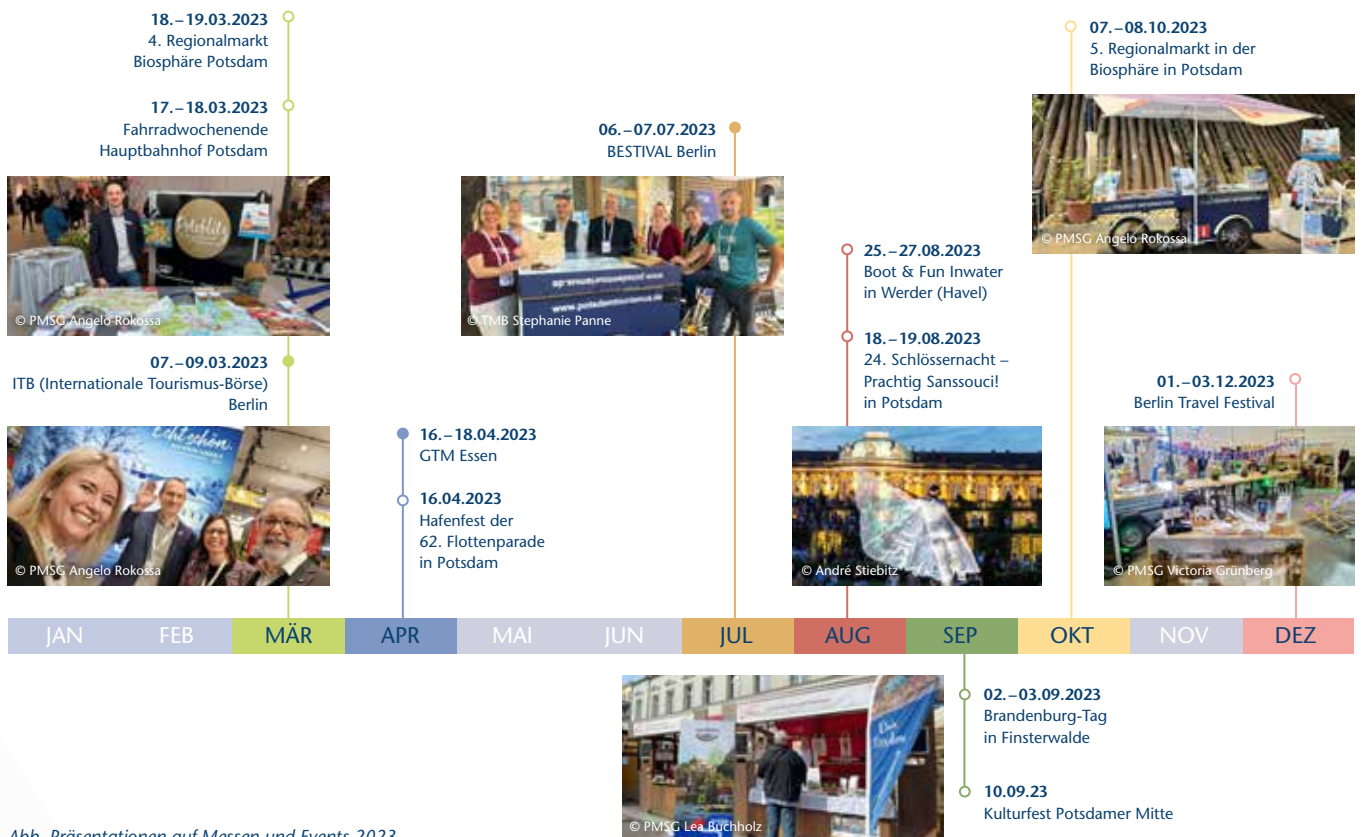


Abb. Präsentationen auf Messen und Events 2023



## Binnenmarketing

Neben der Organisation des jährlich stattfindenden Potsdamer Tourismustages<sup>16</sup> und der Erstellung der monatlichen Partnernewsletter<sup>17</sup>, bildet die Planung und Durchführung der Stammtische einen weiteren Schwerpunkt im Bereich des Binnenmarketings. Der PMSG Partner-Stammtisch ist eines der wesentlichen Vernetzungsformate der PMSG und bietet eine

Plattform für die Zusammenarbeit der touristischen Partner. Auf den Stammtischen wird zu aktuellen sowie vorausschauend zu Trends, Daten und Entwicklungen informiert. Dabei wird sich zu Neuigkeiten aus den Bereichen Produkt, Kommunikation und Vertrieb, von Seiten unserer Partner sowie von Seiten der PMSG, ausgetauscht. Auch Themen wie MICE oder Barrierefreiheit stehen regelmäßig auf der Agenda, sowie auch Impulsvorträge rund um Social Media.<sup>18</sup>



Abb. PMSG Partner-Stammtisch am 19. Juli 2023



Abb. PMSG Partner-Stammtisch am 18. Oktober 2023

| Stammtische der PMSG – für, von und mit Partner |        |                 |        |  |              |
|---|--------|-----------------|--------|--|--------------|
| 2023  |        |                 |        |  |              |
| Quartal   | Anzahl | Organisator(en) | Datum  | Thema  | Teilnehmende |
| Q I   | 2      | PMSG            | 23.02. | Jahresauftakt des PMSG Partner-Stammtisches  | 24           |
|   |        | PMSG            | 29.03. | Potsdam als Reiseziel - Vom Jetzt ins Morgen   | 10           |
| Q II  | 2      | PMSG            | 19.04. | Potsdam Tourismus in der digitalen Welt - Insights über unsere Social-Media-Kanäle   | 12           |
|   |        | PMSG            | 17.05. | Was gibt es Neues? Countdown Special Olympics World Games Berlin   | 14           |
| Q III   | 2      | PMSG            | 19.07. | Neuigkeiten aus Kommunikation, Vertrieb und Produkt (von den Partnern und der PMSG), Einblicke in die Kampagne der PMSG 2024<br>Vorstellung des Kooperationspartners Lohospo   | 11           |
|   |        | PMSG            | 20.09. | Impuls zu vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von KI-Tools in der Tourismusbranche   | 30           |
| Q IV  | 3      | PMSG            | 18.10. | Impuls von Antje Senf, Leiterin Marketing/ PR Kongresshotel Potsdam: Was bedeutet es sich als Hotel mit dem Thema Barrierefreiheit auseinanderzusetzen?<br>Impuls von Sven Ehrich und Jan Vandrey von der Sport Speaker GmbH: Ausgebootet und nachnominiert zum Olympiasieger. | 13           |
|   |        | PMSG            | 08.11. | Kick off zur Fortschreibung der strategischen Marketingplanung der PMSG – Vertiefungskonzept MICE  | 13           |
|   |        | PMSG + SPSG     | 06.12. | Rückblick 2023   Themenwünsche 2024<br>SPSG: Vorstellung der Planungen für das Themenjahr Klimawandel  | 23           |
| Summe   | 9      |                 |        |  | 150          |

Abb. Stammtische – für, von und mit Partner der PMSG

<sup>16</sup> Potsdamer Tourismustag: <https://potsdam-marketing.de/veranstaltungen-2/>

<sup>17</sup> PMSG Partner-Newsletter-Archiv: <https://us12.campaign-archive.com/home/?u=b073a3d4b99593947037fabef&id=cb552bb48e>

<sup>18</sup> PMSG Partner-Stammtische: <https://potsdam-marketing.de/veranstaltungen-2-2-2/>



# Marketingplan – Maßnahmenbericht 2023

In der nachfolgenden Übersicht werden umgesetzte Projekte und Maßnahmen im Jahr 2023, basierend auf den Marketingplan 2023<sup>19</sup> sowie der strategischen Marketingplanung der PMSG, dargestellt.

| Oberziele            | Entwicklungsziele                              | PMSG Maßnahmen Nr. | PMSG Maßnahme lt. Marketing- und Wirtschaftsplan 2023   | umgesetzte Projekte & Maßnahmen in 2023   |
|----------------------|--|--------------------|---|---|
| TOURISMUSENTWICKLUNG | 1a) Steigerung der Ankünfte und Übernachtungen | 1                  | <p><b>Fortsetzung Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ mit Fokus auf das Thema „Handwerk“:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Produkt: öffentlicher Rundgang, Partner werden in Produktentwicklung eingebunden</li> <li>Kommunikation: Bündelung Angebote nach Jahreszeiten auf Landingpages und Mediaplanung</li> <li>Vertrieb: Direkt und indirekt</li> </ul> <p><b>Zusätzliche Kampagne zu „Barrierefreies Reisen“:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Produkt: Barrierefreie Produkte sichten und mit Partnern zusammen weiterentwickeln</li> <li>Kommunikation: Bündelung von Angeboten der Destination auf Landingpages und Mediaplanung, sowie enge Kooperation mit der TMB</li> <li>Vertrieb: Vor allem direkt</li> </ul> | <p><b>Produkt inkl. Partner:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Umsetzung Rundgang „Handgemacht in Potsdam – Manufakturen gestern und heute“ mit Einbindung drei verschiedener Potsdamer Manufakturen</li> <li>Integration des Potsdam AB 24-Std. Ticket für den öffentlichen Nahverkehr in alle öffentlichen Rundgänge</li> <li>Barrierefreie Rundgänge für mobilitätseingeschränkte Gäste, Personen mit Sehbeeinträchtigung, Gehörlose und in einfacher Sprache im Rahmen der barrierefreien Kampagne</li> <li>Überprüfung der digitalen Touren (Audioguides) in der Potsdam City Guide APP auf Aktualität (die inhaltliche Anpassung der Touren ist noch ausstehend)</li> </ul> <p><b>Kommunikation inkl. Partner:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mediaschaltungen im Inland (off- und online): u.a. in Medien wie dem Reisemagazin Welt, Auspielung von Handwerksfilmen bei Cavalluna, sowie in lokaler Medien wie Events, POLA, Punkt 3, Events</li> <li>Mediaschaltungen im Ausland (u.a. in Gazeta.pl, Leto Dnes, Reisemagazin Ferientrends)</li> <li>Fortführung der Zusammenarbeit mit der TMB in den Quellmärkten Österreich (u.a. Teilnahme am Presseevent in Wien), Tschechien (turistika.cz), Schweiz (Beitrag im Newsletter der DZT), Polen (Kurier Szczepinski und 24kurier.pl)</li> <li>Marktbearbeitung Spanien mit DZT (u.a. Teilnahme am Meet Germany in Valencia, Spanien)</li> <li>Marktbearbeitung USA über DZT per Trade Event von Signature</li> <li>Beteiligung an Bestival, Berlin Travel Festival, Brandenburg-Tag in Finsterwalde, German Travel Market sowie bei diversen Events in Potsdam (u.a. Hafenfest, Weihnachtsmärkte, Tulpenfest etc.)</li> <li>Beteiligung an der Een Smuttur Kampagne der DZT Dänemark (drittes Jahr infolge)</li> <li>Beteiligung an zwei Events in Zusammenarbeit mit der LHP und SPSC in Versailles, Frankreich</li> <li>Erstellung des Dein Potsdam-Reisemagazins Nr. 6 Sommer/Herbst, Planung und Umstellung für eine Neuauflage des Dein Potsdam-Reisemagazin auf ein ganzjähriges Produkt ab 2024</li> <li>Erstellung von vier Videos zum Thema Handwerk in Potsdam</li> <li>Beginn der Mediakooperation Barrierefrei Erleben</li> <li>Durchführung von 12 Pressereisen</li> <li>Versand von Pressemitteilungen in dt. und engl. für beide Kampagnen</li> <li>Fortsetzung der Mediakooperation mit tambiente</li> <li>Displaywerbung – u.a. per Maxiposter an der A3 Richtung Köln</li> <li>Diverse Content-Erstellung im Bild-, Text- Video- und Audioformat</li> </ul> <p><b>Vertrieb inkl. Partner:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>direkter Vertrieb der öffentlichen Rundgänge der PMSG (unter der Verwendung des Systems Public Ticket Solution) sowie aller weiteren (Kampagnen-)Produkte über die Website www.potsdamtourismus.de, der Telefonhotline und der Tourist Informationen der PMSG</li> <li>indirekter Vertrieb: durch Auslage des Prospekts „Einladung nach Potsdam“ in Partnerbetrieben (Tourist Informationen, Beherbergungsbetriebe, Gastronomie und Freizeiteinrichtungen) in der Destination Potsdam sowie um Umland für den Vertrieb der öffentliche Rundgänge der PMSG</li> </ul> |
|                      | 1f) Deutliche Profil-schärfung                 | 2                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Durchführung einer Besucherbefragung; Sichtung, Sammlung und Auswertung der Kundenbefragungen von Potsdamer Partnern (z. B. PLZ-Abfragen); Durchführung und Kommunikation von Marktforschung</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bauftragung der Destination Brand DB 22-Studie zu Profileigenschaften und Spontan-Assoziationen der Destination Potsdam mit anschließender Präsentation und Bearbeitung der Ergebnisse in einem Potenzialworkshop am 21. Juni 2023</li> <li>Kauf der Studie Tourismusbarometer</li> <li>Beteiligung an der Marktforschungs-AG der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH</li> <li>Erstellung eines Marktforschungskonzeptes mit Beginn der Umsetzung in 2024</li> <li>PLZ-Abfrage: Ausweitung der Postleitzahlen-Abfrage in den Potsdamer Tourist Informationen hinsichtlich der Erfassung internationaler Gäste nach ihrer Herkunft</li> </ul>  |

<sup>19</sup> <https://potsdam-marketing.de/wp-content/uploads/2023/01/pmsg-marketingplan-2023.pdf>

# MARKETINGPLAN

| Oberziele  | Entwicklungsziele   | PMSG Maßnahmen Nr.   | PMSG Maßnahme lt. Marketing- und Wirtschaftsplan 2023  | umgesetzte Projekte & Maßnahmen in 2023  |
|--|---|--|--|--|
| FOKUSSIERUNG AUF CHANCENREICHE THEMEN  | 2b)<br>Deutliche Attraktivierung des Angebotes für Radfahrer/Radwanderer in der Stadt                                       | 3  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Einbindung der Knotenpunktwegweisung in die Kommunikation der PMSG sowie Anpassung bestehender Routen daran</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Etablierung bzw. Umsetzung der Knotenpunktwegweisung verschiebt sich laut Aussage der LHP auf 2025 (die Maßnahme konnte somit nicht realisiert werden).</li> </ul>  |
|  | 2c)<br>Konsequenter Ausbau von Kooperationen innerhalb der Stadt  | 4  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Partner: Vernetzung in allen Profithemen der Tourismusmarke durch strukturierte Formate wie Stammtische und Tourismustag</li> <li>Kommunikation und Kommunikation von Redaktionssitzungen; Vernetzung zu kulturellen Angeboten auf Basis der „Kulturpolitischen Strategien“</li> <li>Vertrieb: Anbindung von touristischen Partner an das TSmart/PTS</li> </ul>   | <p><b>Produkt inkl. Partner:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Durchführung von Gästeführerverstaltungen (Jahresauftakt, Weiterbildungen und Schulungsrundgänge)</li> <li>Organisation und Durchführung eines ersten Austausches zu „digitalen Stadterlebnissen“ mit fünf Partnern</li> <li>Kooperation mit der Gemeinschaft zum Erhalt der Potsdamer Lebensqualität e.V.: Die Tourist Informationen sind seit Herbst 2023 Verkaufs- und Akzeptanzstelle des Stadtgutscheins</li> </ul> <p><b>Kommunikation inkl. Partner:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Organisation und Durchführung des 6. Potsdamer Tourismustages am 15. &amp; 16. November 2023: Kuratiertes Barcamp mit über 100 Teilnehmenden in der Villa Arnim mit anschließendem Bericht</li> <li>Teilnahme am Deutschen Tourismustag in Bielefeld (organisiert von Deutschen Tourismusverband e.V.) und am DestinationCamp in Kufstein, Österreich (organisiert von netzvitamine GmbH) sowie an der TI.Con (organisiert von destinet)</li> <li>Teilnahme am Marketingausschuss und der Mitgliederversammlung von Unesco Welterbestätten Deutschland e.V. sowie von Historic Highlights of Germany e.V.</li> <li>Organisation und Durchführung von 9 Stammtischen (u.a. zu den Themen rund um die PMSG-Kampagnen, Special Olympics, MICE)</li> <li>Berufung von 22 Mitgliedern in den Tourismusbeirat der PMSG, welcher auch den PMSG-Nachhaltigkeitsbeirat bildet</li> <li>Organisation und Durchführung von zwei Sitzungen des Tourismusbeirates am 5. Juli und 29. November 2023</li> </ul> <p><b>Vertrieb inkl. Partner:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Partnerakquise für Anbindung an die Onlinebuchungsplattform Public Ticket Solution (PTS) u.a. während des PMSG-Stammtisches am 19. Juli 2023 und dem 6. Potsdamer Tourismustag gemeinsam mit visitBerlin</li> </ul> |
|  | 3e)<br>Deutliche Professionalisierung des Tourismusmarketings (Marktforschung, Digitalisierung, Netzwerkorganisation, etc.) | 5  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Fortschreibung Tourismusmarke und Zielgruppenschärfung unter Berücksichtigung von PMSG Maßnahme 4 bzw. K1 der Tourismuskonzeption 2025</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluation der internen Markensprache sowie Anpassung des internen Leitfadens</li> <li>Erarbeitung und Erstellung eines Markensprach-Leitfadens für Partner der PMSG (erstmalig vorgestellt auf dem 6. Potsdamer Tourismustag)</li> <li>Beginn der Fortschreibung „Tourismusmarke Potsdam“</li> </ul>   |
| 3f)<br>Deutliche Steigerung des Qualitätsbewusstseins bei allen touristischen Leistungsträgern | 6   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Konzepterstellung zur nachhaltigen Tourismusdestination durch externe und Partnerbeteiligung</li> <li>Prüfung einer Zertifizierung der PMSG durch TourCert und/oder Green Globe Certificate</li> <li>Zertifizierung der Potsdamer Tourist Informationen nach „Reisen für Alle“</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Beginn eines Prozesses zur Nachhaltigkeitszertifizierung der PMSG und der Destination Potsdam begleitet durch TourCert</li> <li>Rezertifizierung der Tourist Information in der mobiagentur Potsdam nach i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes e.V.</li> <li>Förderung des Bundesprojekts „Reisen für Alle“ beim DSFT lief in 2023 zwischenzeitlich aus; Sicherung des Projekts war 2023 unklar, sodass keine Zertifizierung der Potsdamer Tourist Informationen nach „Reisen für Alle“ möglich war</li> </ul> |  |
| VERBESSERUNG DER TOURISMUS- AKZEPTANZ  | 4a)<br>Ausbau von Tourismusakzeptanz und -verständnis bei den Einwohnern  | 7  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Umsetzung eines Systems zur Erkennung von Besucherströmen und zur Besucherlenkung. Hierzu gab es im Jahr 2022 eine Evaluierung von Möglichkeiten.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Erarbeitung eines Konzeptes zur Erhöhung der touristischen Besucherfrequenz in der mobiagentur Potsdam in Zusammenarbeit mit den Verkehrsbetrieben in Potsdam (Konzept wurde der LHP vorgelegt)</li> <li>digitale Erfassung und Auswertung der Kundenströme in den Tourist Informationen Am Alten Markt und in der mobiagentur Potsdam</li> </ul>   |
| AUSBAU DES MICE- STANDORTES  | 5h)<br>Ausrichtung an Trendentwicklungen im Bereich des MICE-Marktes  | 8  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Erarbeitung einer MICE-Strategie zu Greenmeetings, hybride Veranstaltung, Bleisure und Workation</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Contenterstellung für das Profithema MICE</li> <li>Mediaschaltung (u.a. im Verbändereport, Onlineschaltungen auf tw tagungswirtschaft, businesstraveller)</li> <li>Beauftragung und Ausarbeitungen für die MICE-Strategie (als Fortschreibung der internen Strategischen Marketingplanung)</li> <li>Gewinnung von drei weiteren Partnern für die Tagen-Webseite der PMSG (aktuell präsentieren sich 31 Partner gemeinsam auf <a href="http://www.tagen-in-potsdam.de">www.tagen-in-potsdam.de</a>)</li> </ul>   |

Abb. Marketingplan-Maßnahmen der PMSG in 2023

## Kampagnen der PMSG

Die Kommunikations- und Marketingkampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ hatte im Jahr 2022 ihren Auftakt und hat eine Laufzeit von drei Jahren. Während im Jahr 2022 das Fokusthema „Architektur“ gespielt wurde, löste das Thema „Handwerk“ dieses in 2023 ab. Primär wurde dabei die Zielgruppe der „Qualitätsbewussten Entschleunigerin“ angesprochen. Da die Kommunikation letztlich Angebote hervorhebt, durch die man das europäisch beeinflusste Handwerk in Potsdam erleben kann, wurden konkrete Produkte sowie Dienstleistungen gesammelt und anschließend unter Einbeziehung der Partner weiterentwickelt. Der Vertrieb erfolgte über die Tourist Informationen sowie über die Webseiten der PMSG.



Abb. Key-Visual der Kampagne 2023

Seit dem Frühjahr 2023 bereitete das Projektteam Kampagne die Fortsetzung der Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“<sup>20</sup> für das dritte und vorerst letzte Jahr vor. Der Schwerpunkt der Kampagne wurde auf das Profithema Wasser im Sinne der Profilschärfung gelegt und trägt den Titel „Wasser. Welt. Erbe – Eine Reise durch Europa“. Weiterhin wurden die ersten Vorbereitungen für die nächste dreijährige Kampagne getroffen.

Ergänzend zur Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ wurde ein besonderer Fokus auf die Kampagne „Barrierefreies Reisen“ gelegt, da das Thema „Barrierefreiheit“ weiter an Bedeutung zunimmt. Ebenso wie die Anforderungen, die die Gäste an das Thema stellen.

Was bedeutet es sich als Hotel mit dem Thema Barrierefreiheit auseinanderzusetzen?

Im Rahmen der Begleitkampagne „Barrierefreies Reisen“ wurde ein Stammtisch im Herbst ausgerichtet. Bei diesem hielt Antje Senf (Leiterin

Marketing | PR im Kongresshotel Potsdam) einen Impulsvortrag zum Thema, zu welchem bereits der 5. Potsdamer Tourismustag im Jahr 2022 den Auftakt bildete. Dabei gab sie einen Einblick hinsichtlich der Fragestellung: „Was bedeutet es sich als Hotel mit dem Thema Barrierefreiheit auseinanderzusetzen?“

Beide Kampagnen wurden sowohl im In- als auch Ausland etabliert. Hierfür wurden die Inhalte in deutscher und englischer Sprache auf den entsprechenden Landingpages gepflegt und ausgespielt. Im Rahmen dessen wurde auch die Mitgliedschaft mit dem UNESCO Welterbestätten e.V. (UWD) in 2023 fortgeführt. Neben Zuarbeiten zum Presse-Newsletter zu Themen wie Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit, beteiligte sich die PMSG ebenso an den Social Media-Kampagnen (z.B. #SommerinWelterbe). Darüber hinaus war die PMSG über einen Stand auf dem Welterbemarkt in Weimar vertreten, der vom 3. bis 4. Juni 2023 stattfand.

Weiterhin wurden europäische Quellmärkte in Kooperation mit der TMB und der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg (SPSG) bearbeitet. Über die Zusammenarbeit mit der TMB war die PMSG in Dänemark, Schweden, Österreich, Polen und Tschechien aktiv. Marketingmaßnahmen in Frankreich wurden gemeinsam mit der SPSG und dem UWD umgesetzt. Außereuropäische Quellmärkte wie die USA und China wurden in 2023 durch die PMSG vorwiegend über Kooperationen mit dem Historic Highlights of Germany e. V. (HHoG) und der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) bedient.



Abb. Welterbemarkt in Weimar 2023

### Manchmal braucht es eine Initialzündung.

„Barrierefreiheit für Alle ist schon lange ein wichtiges Thema für uns. Kongresse sind manchmal davon abhängig, ob ein Hotel im Tagungsbereich barrierefrei ist oder nicht. Hier erfüllen wir schon viele Kriterien. Der letzte Potsdamer Tourismustag brachte den Stein ins Rollen unter dem Aspekt „Barrierefreiheit für Alle“. Wir bekamen viele gute Anregungen. Inspiriert hat uns insbesondere auch der Vortrag von Florian Sitzmann. Eine Masterstudentin der HNE hatte Interesse, sich genau diesem Thema bei uns zu widmen. So starteten wir mit einem Hotelprojekt, in dem wir gemeinsam mit unserem Qualitätsteam alle Kategorien der Barrierefreiheit auf Umsetzbarkeit prüfen.“

IMPULS VON  
*Antje Senf*

Leiterin Marketing / PR  
Kongresshotel Potsdam

Abb. Impuls von Antje Senf, Leiterin Marketing / PR Kongresshotel Potsdam

<sup>20</sup> Laufzeit der Kampagne insgesamt drei Jahre: 2022 – 2024.



## POTSDAMER TOURISMUSTAG

Der sechste Potsdamer Tourismustag wurde durch die PMSG erstmalig über zwei Tage vom 15. bis 16. November 2023 in der klassizistischen Villa Arnim in Potsdam ausgerichtet. Innerhalb von 14 Sessions und einer Dauer von insgesamt 1.440 Minuten teilten 94 Teilnehmer ihr geballtes Wissen, führten Fachgespräche durch und gaben wichtige Impulse. Was deutlich wurde ist, dass es ein großes Netzwerk an innovativen Ideengebern und Potsdam-Botschaftern gibt, die die Liebe zur Landeshauptstadt eint.

Gemeinsam mit Experten und Partner der PMSG wurden sieben Session-Themen erarbeitet und während der zwei Tage im Format eines kuratierten Barcamp angeboten:

| ÜBERSICHT DER SESSIONS DES<br>6. POTSDAMER TOURISMUSTAGES   |
|---|
| <b>#Dekadenz #Opulenz #Intrigen –<br/>Braucht es mehr Rouge für Potsdams<br/>Markenleuchten!?</b><br>mit Peter C. Kowalsky (Project M)                                      |
| <b>Von der Kunst, Bootsurlauber nach<br/>Potsdam zu holen –<br/>Kommunikation auf allen Ebenen</b><br>mit Heike Helmers (Tourismuskontor)                                   |
| <b>Was haben IKEA, Nivea und Potsdam<br/>gemeinsam? –<br/>Eine wiedererkennbare<br/>Markensprache!*</b><br>mit Petra van Laak (Agentur Text: van Laak)                      |
| <b>Netzwerken für den Tourismus in<br/>Potsdam –<br/>Wie beflügeln wir uns gegenseitig<br/>weiter?</b><br>mit Katja Stefanis (ift Freizeit- und<br>Tourismusberatung)       |
| <b>Public Ticket Solution –<br/>Die digitale All-In-One Lösung für<br/>Ihr Ticketing</b><br>mit Matthias Goeze & Marcus Guhlan<br>(visitBerlin)                             |
| <b>„Führst du noch oder lebst du schon?!“ –<br/>Wie Führungsprobleme zu<br/>Personalproblemen führen</b><br>mit Paul P. Moritz (Moritz Consulting)                          |
| <b>Nachhaltigkeit braucht Partner –<br/>Gemeinsam gestalten wir den<br/>Tourismus in Potsdam<br/>zukunftssicher</b><br>mit Angela Giraldo (TourCert Travel<br>for Tomorrow) |

Abb. Übersicht der Sessions des 6. Potsdamer Tourismustages

Im Anschluss des Tourismustages wurde erstmalig ein „Barcamp-Report“<sup>21</sup> erstellt. In diesem wird ein Rückblick auf die einzelnen Sessions gegeben.<sup>22</sup>



© Steven Ritzer

Abb. Matthias Goeze, Marcus Guhlan, Peter C. Kowalsky, Angela Giraldo, Bernd Rubelt (Beigeordneter der LHP), Paul P. Moritz, Heike Helmers, Katja Stefanis, Raimund Jennert (Geschäftsführer der PMSG) & Dr. Daniel Hönow (IHK-Regionalleiter Potsdam & Potsdam-Mittelmark) (v.l.n.r.)



© Steven Ritzer

Abb. #Dekadenz #Opulenz #Intrigen – Braucht es mehr Rouge für Potsdams Markenleuchten!? mit Peter C. Kowalsky (Project M)



Abb. Sprachleitfaden der PMSG für Partner \*



Abb. Barcamp-Report zum 6. Potsdamer Tourismustag der PMSG

\* u.a. mit Vorstellung des PMSG-Sprachleitfadens „Eine Markensprache für die Tourismusmarke Potsdam“: [https://potsdam-marketing.de/wp-content/uploads/2023/12/eine-markensprache-fuerdie-tourismusmarke-potsdam\\_-empfehlungen-fuer-unsere-partner.pdf](https://potsdam-marketing.de/wp-content/uploads/2023/12/eine-markensprache-fuerdie-tourismusmarke-potsdam_-empfehlungen-fuer-unsere-partner.pdf)

<sup>21</sup> [https://potsdam-marketing.de/wp-content/uploads/2023/12/pmsg\\_barcamp-report-2023.pdf](https://potsdam-marketing.de/wp-content/uploads/2023/12/pmsg_barcamp-report-2023.pdf)

<sup>22</sup> bei Interesse zu den Präsentationen der einzelnen Sessions, schreiben Sie gern eine Email an [tourismustag-potsdam@potsdam-marketing.de](mailto:tourismustag-potsdam@potsdam-marketing.de)





Damit die Zertifizierung gelingt, müssen die Maßnahmen also auch durch die Partner mitgetragen und nach innen wie außen gelebt werden. Im Zuge dessen wurde ebenfalls die Gründung eines Nachhaltigkeitsbeirats für die Destination und die

Benennung von zwei Nachhaltigkeitsmanagern in der PMSG notwendig. Die Rolle und Funktion des Nachhaltigkeitsbeirats wurde durch die PMSG dem Tourismusbeirat zugewiesen.



*Lea Gutschlag*

Nachhaltigkeitsmanagerin  
bei der PMSG

„Der Schritt zum Nachhaltigen Reiseziel ist meiner Meinung nach genau der Richtige, denn Nachhaltigkeit bedeutet für mich Verantwortung für sich und die Umwelt zu übernehmen. Und da wollte ich dabei sein! In meiner Position als Controllerin des Unternehmens sind mir Datenanalysen, strukturelles Denken und das Konzipieren neuer Prozesse nicht fremd. Ich denke das ist es, was man als Nachhaltigkeitsmanagerin braucht.

Denn es muss ein Umdenken stattfinden. Es müssen also viele Prozesse und Strukturen angepasst, überarbeitet oder neu geschaffen werden. Das bereitet mir viel Spaß, vor allem wenn man weiß, wofür man es tut – damit Potsdam weiterhin #DeinPotsdam bleibt!“

Abb. Zitat Lea Gutschlag – Nachhaltigkeitsmanagerin bei der PMSG

## WEBSITE-RELAUNCH ALS ZUSÄTZLICHES PROJEKT

Neben den vielfältig aufgeführten Maßnahmen wurde bereits in 2023 der Prozess zum umfangreichen Relaunch der PMSG-Websites begonnen, wobei die Agentur netzvitamine GmbH der PMSG beratend zur Seite steht. Aufgrund von veralteten technischen Möglichkeiten war die Notwendigkeit des Website-Relaunch von [www.potsdamtourismus.de](http://www.potsdamtourismus.de) seit dem Launch im Jahr 2017 gegeben.

Mit dem Relaunch soll ein innovatives, verkaufs- und kommunikationsstarkes Webportal entstehen, das im Einklang mit den aktuellen technischen und nachfrageseitigen Anforderungen steht.

Die separat bestehenden Websites für Information und Buchung ([www.potsdamtourismus.de](http://www.potsdamtourismus.de)), Inspirationssuchende ([www.deinpotsdam.de](http://www.deinpotsdam.de)) sowie für die unterschiedlichen Zielgruppen ([www.potsdam-marketing.de](http://www.potsdam-marketing.de), [www.tagen-in-potsdam.de](http://www.tagen-in-potsdam.de)/[www.mice-potsdam.com](http://www.mice-potsdam.com) und die englische und spanische Website) sollen langfristig in einem zukunftsfähigen Website-Konzept zusammengefasst werden. Gleichzeitig sollen durch die Umsetzung einer digitalen Content- und Kommunikationsstrategie die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte sowie kundenfokussierte Neuausrichtung geschaffen werden.

Zum Auftakt wurden in 2023 die Inhalte der bestehenden Websites gesichtet und ein Plan zur nachhaltigen Nutzung des bestehenden Contents erarbeitet. Die Erstellung der Ausschreibungsunterlagen (Angebotsaufforderung, Projektbeschreibung, Leistungsbeschreibung) erfolgte in Zusammenarbeit mit der netzvitamine GmbH. Die Beauftragung erfolgte im Rahmen des Programms „Starke Destinationen“ (StarD) – ein Instrument zur Unterstützung der Brandenburger Tourismusbranche<sup>25</sup>.

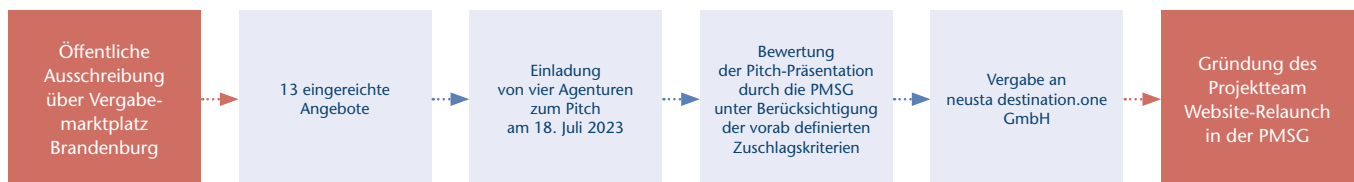


Abb. Meilensteine zum Prozessbeginn des Website-Relaunch



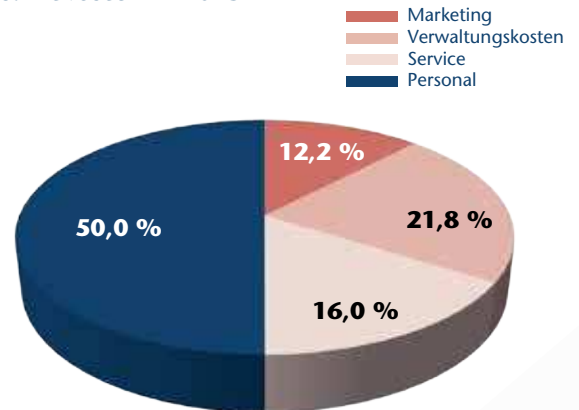
Abb. vom Projektteam durchgeführte Maßnahmen Website-Relaunch 2023

<sup>25</sup> <https://mwae.brandenburg.de/de/neues-unterst%C3%BCtzungsprogramm-f%C3%BCr-den-brandenburg-tourismus/bb1.c.700416.de#:~:text=Mit%20dem%20Programm%20%E2%80%9EStarke%20Destinationen,f%C3%BCr%20den%20Neustart%20zu%20machen>

# Betriebswirtschaftliche Betrachtung

| Verhältnis der einzelnen Kosten zu den Gesamtkosten                |                       |
|--|-----------------------|
| 2023   |                       |
| <b>Gesamt</b>  | <b>2.997.161,75 €</b> |
| Personal   | 1.471.973,27 €        |
| Service<br>(Tourist Informationen, Service Center, Gruppenservice) | 514.441,92 €          |
| Marketing  | 372.388,94 €          |
| Verwaltungskosten  | 638.357,62 €          |

Verhältnis der einzelnen Kosten zu den Gesamtkosten in 2023



| Aufteilung Erträge in Zuschüsse und selbsterwirtschaftete Erträge |                       |
|---|-----------------------|
| 2023  |                       |
| <b>Gesamt</b>   | <b>3.010.406,15 €</b> |
| eigene Erträge  | 804.506,15 €          |
| Fehlbedarfsdeckung der LHP  | 2.205.900,00 €        |

Aufteilung der Erlöse in 2023

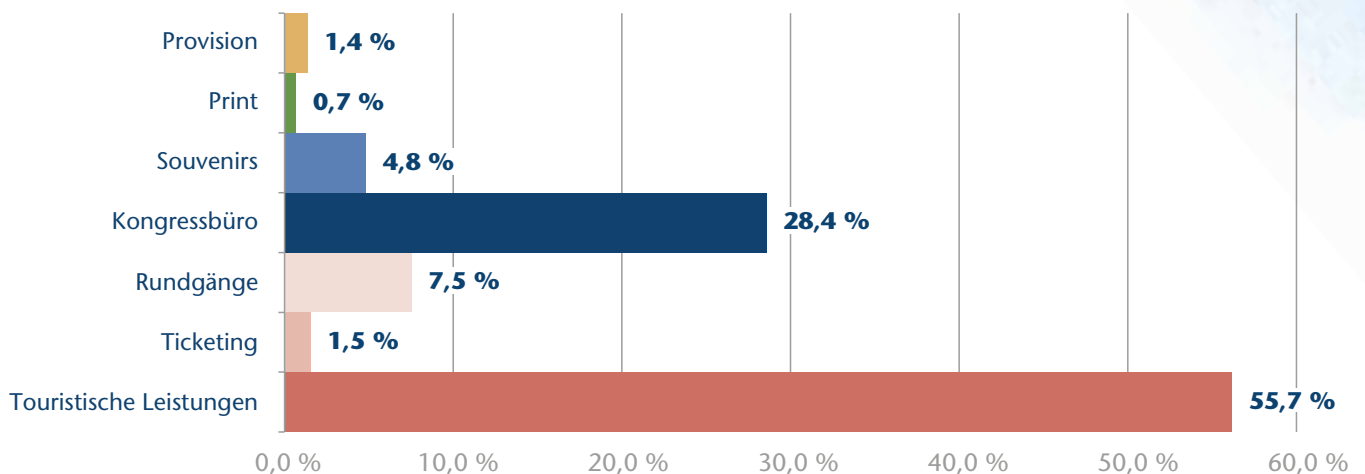


Abbildung: betriebswirtschaftliche Betrachtung des Geschäftsjahres 2023

# Fazit und Ausblick



**RAIMUND JENNERT**  
Geschäftsführer

Der Geschäftsbericht 2023 zeigt die Tätigkeiten der PMSG im vergangenen Jahr auf. Auch für das Jahr 2024 haben wir wieder einen Marketingplan erstellt, in dem viele Projekte aus 2023 fortgesetzt werden. Im Rahmen unseres Changemanagement-Prozesses haben wir festgestellt, dass wir Projekte auf mehrere Jahre planen müssen, um die Wirksamkeit zu erhöhen. Das verbunden mit innovativen Gedanken sowie kritischem Zeitgeist leistet unseren Beitrag für den Potsdamer Tourismus.

Ich bitte Sie an dieser Stelle um Ihre Mitwirkung. Gestalten Sie den Potsdamer Tourismus gemeinsam mit uns!

Wie im Bericht erwähnt, haben wir 2023 begonnen, die PMSG und die Reise-destination Potsdam nachhaltig durch TourCert zertifizieren zu lassen. Wir planen, dass Zertifikat gegen Ende 2024 zu erhalten. Anschließend ist es für drei Jahre gültig. Begleiten Sie uns in diesem Prozess und unterstützen Sie uns bei der Zertifizierung! Eine Teilnahme am Prozess ist jederzeit möglich.

2024 werden wir im dritten Jahr die Kampagne „Potsdam – Eine Reise durch Europa“ mit dem Schwerpunkt: Wasser.Welt. Erbe fortführen. Dabei wird das Profil-

thema sowohl national und auch international kommuniziert. Der 6. Potsdamer Tourismustag zeigte, gibt es noch Lücken für einen qualitativ hochwertigeren Bereich Vertrieb, Produkt und Kommunikation, die der Tourismusmarke Potsdam und ihrem Leistungsversprechen „Ohne, Sorge“ entsprechen. Daher werden wir den Fokus auf die bereits existierenden Produkte lenken und gemeinsam mit den Anbietern über qualitative, gemeinsame Maßnahmen sprechen.

Ein weiterer Meilenstein wird im ersten Halbjahr 2024 mit dem Relaunch von potsdamtourismus.de und deinpotsdam.de erreicht. Die neue Website ist strategisch von der Tourismusmarke Potsdam aus entstanden und hat die Markenwerte als Grundlage. Damit werden wir unsere Marketingaktivitäten auf ein neues Niveau heben. Selbstverständlich werden die Texte auf dem im Rahmen des 6. Potsdamer Tourismustages vorgestellten Sprachleitfaden basieren.

Es wird weitere Projekte und Maßnahmen geben, die wir in 2024 planen. Bei allem Elan und der „Rückkehr zur Normalität“ können und dürfen wir nicht die Auswirkungen der globalen, multiplen Krisen vernachlässigen. Wenngleich wir in den vergangenen Jahren stark an unseren strategischen Grundlagen und der Agilität im Unternehmen gearbeitet haben, bestimmen die politischen Rahmenbedingungen den Tourismus und unser Geschäft.

Als Unternehmen im Tourismus mit Beschäftigten aus unterschiedlichen Kulturen stehen wir für Weltoffenheit und Toleranz. Die Kultur des Zuhörens und des miteinander Redens ist leider einer

Unkultur des Verurteilens und der dogmatischen Wahrheitslehre gewichen. Bei Rassismus und Ausgrenzung akzeptieren wir keine Diskussion, keine Bewegung und keinen Millimeter nach rechts!

Tourismus ist zudem eine freiwillige Leistung der Landeshauptstadt Potsdam. Unser Marketing-Budget ist dank politischer Entscheidungen zum Vorjahr nahezu unverändert. Jedoch machen auch die Preissteigerungen vor uns nicht Halt. Daher wiederhole ich gern noch einmal den Aufruf und bitte um eine gemeinsame Beteiligung an der Mitgestaltung des Potsdamer Tourismus in jeglicher Form:

- » Beteiligung durch finanzielle Art (wie der Kauf von Anzeigen im Potsdamer Reisemagazin)
- » Gestaltung in Form von personellen Ressourcen (wie durch die Teilnahme an den Stammtischen oder auch an den Umfragen der PMSG)
- » Mitwirkung an der Entwicklung der Tourismusmarke Potsdam (durch gemeinsame Produktentwicklung und Zertifizierungsprozessen wie bspw. TourCert)

Ich hoffe, mit dem vorliegenden Geschäftsbericht Transparenz für unsere Tätigkeiten geschaffen zu haben und stehen für Rückfragen und weiteren Erläuterungen jederzeit bereit.

Mein Dank gilt allen, die aktiv an diesem aufschlussreichen Geschäftsbericht mitgewirkt haben und allen Kolleginnen und Kollegen, die im letzten Jahr die PMSG durch ihre Arbeit und Leistung gestaltet und geführt haben!



---

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

PMSG Potsdam Marketing  
und Service GmbH  
im Unternehmerverband ProPotsdam  
Babelsberger Straße 26  
14473 Potsdam

### SITZ DER GESELLSCHAFT

Potsdam

### GESCHÄFTSFÜHRER

Raimund Jennert

Amtsgericht Potsdam, HRB 19271 P  
Steuernummer 046/126/00584

### KONZEPT, REDAKTION

PMSG Potsdam Marketing  
und Service GmbH

### GESTALTUNG, LAYOUT, SATZ

MÖLLER PRO MEDIA® GmbH

### STAND März 2024

Änderungen und Irrtümer  
vorbehalten

### HINWEIS

In diesen Texten gelten grammatikalisch maskuline Personenbezeichnungen gleichermaßen für Personen jedes Geschlechts.

Im Sinne der Gleichbehandlung wurde, wo sinnvoll, auf eine alphabetische Reihenfolge für Aufzählungen geachtet.

Betragt von der  
Landeshauptstadt  
Potsdam

